

Els mitjans de comunicació local en el procés d'integració de la població estrangera resident a Catalunya. Estratègies i polítiques programàtiques

**Autors: Maria Gutiérrez
 Elisabet García
 Manel Mateu**

**VII Convocatòria d'ajuts a projectes de recerca
sobre comunicació audiovisual
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

Maig 2011

ÍNDEX.

1. Introducció.	5
2. La comunicació audiovisual local i la immigració: objecte d'estudi i metodologia.	11
3. El treball de camp	15
3.1. Demarcació de Barcelona: Vic	15
3.1.1. La població estrangera.	
3.1.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals.	
3.1.3. El teixit associatiu.	
3. 2. Demarcació de Girona: Salt	22
3 .2.1. La població estrangera.	
3.2.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals.	
3.2.3. El teixit associatiu.	
3 .3. Demarcació de Lleida: Balaguer.	27
3.3.1. La població estrangera.	
3.3.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals.	
3.3.3. El teixit associatiu.	
3.4. Demarcació de Tarragona: Salou.	30
3.4.1. La població estrangera.	
3.4.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals.	
3.4.3. El teixit associatiu.	
3.5. Demarcació de Terres de l'Ebre: Tortosa.	35
3. 5.1. La població estrangera.	
3.5.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals.	

3.5.3. El teixit associatiu.

4. Estratègies de programació. 40

4.1. L'oferta de continguts de la ràdio local. 42

4.1.1. La ràdio pública.

4.1.1.1. Ràdio Balaguer.

4.1.1.2. Ràdio Tortosa.

4.1.1.3. Ràdio Salt.

4.1.2. La ràdio privada.

4.1.2.1. Ràdio Vic.

4.1.3. Les plataformes de producció i distribució de continguts radiofònics de proximitat: FRLC i Sindicada.

4.1.4. Eix temàtic immigració i cohesió social a la ràdio local: resultats.

4.2. L'oferta de continguts de la televisió local i comarcal. 61

4.2.1. La televisió pública

4.2.1.1. Tac 12 (Televisió del Tarragonès, Alt Camp i Conca de Barberà)

4.2.2. La televisió privada.

4.2.2.1. Lleida TV.

4.2.2.2. Televisió de Girona.

4.2.2.3. L'Ebre TV.

4.2.2.4. Canal Taronja Osona.

4.2.2.5. El 9TV.

4.2.3. Les plataformes de producció i distribució de continguts televisius de proximitat: XAL i Comunicàlia.

4.2.4. Eix temàtic immigració i cohesió social a la televisió local i comarcal: resultats.

5. Els actors socials.	89
5.1. Descripció de les entitats i associacions.	
5.2. Consum de mitjans de comunicació.	
5.2.1. Consum general.	
5.2.2. Consum dels mitjans de proximitat.	
5.3. Representació dels estrangers en els mitjans de comunicació	
5.4. Els fluxos comunicatius entre entitats i mitjans de comunicació local.	
5.4.1. Circuit Entitats-Ajuntament.	
5.4.2. Circuit Entitats-Mitjans de comunicació.	
5.4.3. Circuit Mitjans de comunicació-Associacions.	
5.5. L'experiència del programa <i>Sense fronteres/Salt de sons</i> (Ràdio Salt)	
5.6. La representació de la diversitat.	
5.6.1 Accés als mitjans.	
5.6.2. Crear referents.	
6. Conclusions.	115
7. Recomanacions per afavorir la cohesió social amb la integració dels ciutadans estrangers.	118
8. Bibliografia.	121
9. Webs de referència.	128

1. Introducció.

Aquest treball s'emmarca en la línia del pluralisme i la diversitat en la comunicació audiovisual proposada per la VII convocatòria d'ajuts del Consell de l'Audiovisual de Catalunya CAC. La recerca es proposa determinar la incidència dels mitjans audiovisuals de comunicació local (ràdio, televisió i Internet) en el procés d'integració sociocultural de la població estrangera a Catalunya, a partir de l'anàlisi de les estratègies i polítiques programàtiques. Els mitjans de comunicació, en general “ [...] juguen un paper clau en la manera en que les minories es relacionen amb les comunitats de l'àmbit local, nacional i transnacional, per això és important reflexionar sobre com contribueixen o influeixen en la construcció d'aquest sentit de comunitat i si això contribueix a la inclusió o exclusió social.” (Mena, 2008:135). Per això, centrar l'atenció en els mitjans audiovisuals de proximitat pot ajudar a valorar la seva influència en el procés d'integració, cohesió social i convivència entre els ciutadans autòctons i estrangers, assentats al territori català¹.

La rellevància de la comunicació local és un dels elements que diferencien l'ecosistema comunicatiu català del d'altres comunitats de l'Estat espanyol. Amb independència de la seva titularitat, aquest sistema comunicatiu per les seves pròpies característiques adquireix una responsabilitat social amb l'entorn. Per una banda, els grans mitjans de comunicació, “[...] actuen com creadors i distribuïdors d'un imaginari determinat [...]” (Cogo, Gutiérrez, Huertas: 2008:10), una circumstància que incideix sobre la percepció dels autòctons vers els processos migratoris. D'altra banda, i seguint la interpretació que fa Chaparro (1998), la producció de continguts de proximitat concedeix a aquests

¹ Al llarg del text, s'utilitzaran indistintament termes com nouvinguts, immigrants i estrangers en referència a aquests col·lectius.

mitjans la categoria de “servei públic”, fins i tot als privats, que tot i atendre els interessos empresarials assumeixen una responsabilitat social sobre el territori.

L'objecte d'estudi s'ha circumscrit als mitjans audiovisuals de titularitat pública i privada autòctons, desestimant així l'oferta dels qualificats com a ètnics que es dirigeixen especialment als col·lectius d'immigrants d'una determinada àrea geogràfica.

S'ha obert un debat sobre el caràcter integrador dels mitjans ètnics en part provocat per les sinergies comercials que generen (Retis, 2006). Certament aconsegueixen una funció identitària i col·laboren en el manteniment dels vincles emocionals amb el país d'origen (Lario Bastida, 2008; Mena, 2008), però poden retardar el consum dels mitjans de comunicació propis de la societat d'acollida. Segons Huertas i Brignol (2008), a partir dels deu anys de trajectòria migratòria minva l'interès informatiu sobre el país natal i el consum mediàtic es concentra majoritàriament sobre l'oferta d'on es resideix. Sembla doncs que escurçar aquest període pot facilitar la incorporació dels ciutadans estrangers al seu nou entorn i que, des d'aquesta perspectiva, els mitjans de comunicació local esdevenen una peça clau.

També en aquesta recerca s'han descartat els mitjans audiovisuals d'abast català i estatal, encara que puguin incloure en les seves programacions espais destinats a abordar qüestions referides a la immigració ja siguin des de l'especialització temàtica o la multiculturalitat (Navarro en González Aldea, 2010).

L'interès per abordar el tema des de la perspectiva de la comunicació local rau en bona part pel vincle emocional que s'estableix amb el territori, ja que les noves tecnologies han desdibuixat l'àmbit geogràfic com un factor elemental a l'hora de determinar si un mitjà pot ser qualificat de local o no. La revisió del concepte “[...] posant-lo en relació a la transnacionalització de continguts que es posa de manifest en l'actualitat” (Sabes, 2002: 29), planteja la incorporació del vector de la proximitat en la producció de continguts com la peça

fonamental per a la consideració final d'allò que en l'àmbit comunicatiu es pot considerar local.

Des de la perspectiva dels individus, sembla interessant examinar els termes sentit de lloc i sentit de pertinença, tal i com ho resumeix Ortiz Guitart (2006: 69): “Alguns autors utilitzen l'expressió *sentit de lloc* per a destacar més la identificació i la territorialització personal en un espai determinat, mentre que altres utilitzen l'expressió *sentit de pertinença* per subratllar més els aspectes espirituals (sentiments, emocions, memòria...) que lliguen a les persones a unes comunitats i identitats nacionals.”² Ambdós conceptes emergeixen de forma diàfana en els processos migratoris, ja que la desterritorialització està estretament lligada a la territorialització (és a dir, cal deslliurar-se de l'espai que s'ha deixat per a apropiat-se d'un espai nou), i de l'evolució de la tensió individu-espai dependrà en bona part la qualitat dels vincles emocionals construïts amb aquest nou entorn social. En aquest cúmul d'experiències, els mitjans de comunicació local assoleixen un paper rellevant en el marc de les relacions que forçosament han d'establir autòctons i nouvinguts. Tal i com apunta Martin Barbero, J. (2010:9) “[...] *el que és local en una societat global* significa un projecte de reconeixement i de creativitat sociocultural basat en una aposta quotidiana d'exercici ciutadà”, en el que tothom ha de participar.

El Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública (2006), editat per la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), reconeix que la comunicació radiofònica pública local té, per una banda, l'obligació de vetllar pel pluralisme informatiu en tots els vessants i, per altra, la de satisfer les necessitats d'informació i comunicació dels diferents col·lectius que configuren l'entorn natural del mitjà. Potser la dificultat de dur a terme ambdós compromisos sigui la raó per la qual la radiotelevisió pública catalana, a diferència del que succeeix en d'altres comunitats autònomes, hagi anat desestimant de forma progressiva la producció de programes que aborden de forma monotemàtica els assumptes referits a les migracions contemporànies. Tot i que alguna d'aquestes iniciatives

² ORTIZ GUITART, Anna (2006), “Uso de los espacios públicos y construcción del sentido de pertenencia de sus habitantes en Barcelona” en LINDON, Alicia, HIERNAUX, Daniel y AGUILAR, Miguel Angel (coords.) *Lugares e imaginarios en la metrópolis*, Anthropos Editorial, Barcelona, pp. 67-83

han estat guardonades pels valors socials que promouen, en l'actualitat, la seva incidència és mínima en el conjunt de l'oferta.

Des d'una perspectiva mediàtica, l'estructura demogràfica que ha resultat dels fluxos migratoris, que s'han traduït en algunes poblacions catalanes en significatius índexs de presència de població estrangera, implica una major diversitat en la composició de l'audiència. Aquesta circumstància ha estat difícil d'articular per als principals operadors radiofònics (Gutiérrez, 2005), però també televisius (Gómez; Capdevila; Pastor, 2006). La majoria d'estudis conclouen que la construcció de la migració com a tema públic ha quedat reduïda majoritàriament als espais informatius, per la transcendència de l'esdeveniment, i en menor mesura a l'exposició de vivències personals amb trets d'anècdota, tot revestit d'una pàtina de sensacionalisme.

Quina és la situació en l'àmbit de la comunicació local? El Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública (2006) ha reconegut el desafecte de la població immigrant vers aquest tipus d'emissores en analitzar l'impacte del mitjà sobre l'entorn. De fet, aquesta constatació pot semblar contradir l'interès per la producció de títols adreçats a aquesta població, fet observat anys abans en un estudi sobre la programació de la ràdio local (Gutiérrez; Huertas, 2004). Tot i això, diverses propostes liderades des de les associacions i entitats d'immigrants continuen en antena, la majoria com a un instrument que afavoreix el coneixement entre els autòctons (De José, 2011). Pel que fa a la televisió, els estudis s'han focalitzat més en la definició del model, sobretot arran de la migració a la TDT. Així, les condicions de la seva implantació a Catalunya, respecte a la programació i delimitació del servei de proximitat com a "servei públic" (Guimerà, 2010) poden haver afectat a la presència i tractament dels temes que tenen una relació directa o indirecta amb la immigració.

Ara bé, amb independència del grau de presència i desenvolupament de propostes comunicatives centrades sobre la migració i els seus efectes socials, els darrers conflictes succeïts en algunes poblacions de Catalunya i les consegüents polèmiques suscitades són un indicador de la necessitat d'avaluar el paper dels mitjans de comunicació local en el foment de valors com la

convivència i la cohesió social. Tot i que, l'actual situació de crisi socioeconòmica afavoreix sens dubte els nous esclats puntuals d'enfrontaments que poden derivar en actes xenòfobs i racistes.

La necessitat d'aquesta recerca es justifica en el fet que la majoria de treballs científics realitzats fins ara han abordat principalment el tractament de la informació i, en especial, de la premsa escrita. En el cas dels mitjans audiovisuals les principals investigacions s'han centrat en mitjans generalistes d'àmbit català o espanyol, fonamentalment en l'anàlisi dels telenotícies i minoritàriament en programes de ficció. L'observació de l'àmbit local obre una nova via exploratòria que pren la proximitat, en el sentit més ampli del concepte, com un valor afegit donada la menor distància entre els emissors (operadors locals) i els receptors (autòctons i població estrangera).

Els principals objectius d'aquesta recerca són:

- Mesurar la relació que els mitjans audiovisuals de comunicació local estableixen amb la població immigrant i els col·lectius que la conformen, a partir de l'anàlisi de l'oferta programàtica, per a determinar principalment variables de caràcter quantitatiu i qualitatiu respecte de la producció, la gestió, els continguts i l'audiència potencial a la qual s'adrecen. Es tracta, doncs, de detectar el grau d'implicació del mitjà en la construcció de valors relatius a la integració i la cohesió social i el coneixement mutu.
- Conèixer l'ideari, les estratègies i les polítiques programàtiques a partir de l'anàlisi dels productes, però també a partir de l'aposta i de la percepció dels responsables de la programació sobre l'impacte de les seves accions.
- Avaluar la incidència de les estratègies comunicatives des de la recepció amb la visió i les aportacions de les principals associacions locals d'immigrants, aprofundint especialment en les raons de la falta d'interès per la comunicació dels portals d'internet i de les ràdios i televisions locals.

- Proposar, a partir de les conclusions, recomanacions de millora que facilitin la integració de la població estrangera a la societat d'acollida en base al mutu respecte i destacant com a valor primordial la convivència. Fet que requereix que els mitjans de comunicació local reflecteixin les aportacions de les persones immigrades com a part integrant dels pobles i ciutats de Catalunya a tot nivell, i no només com a subjectes o protagonistes principalment de conflictes. També requereix que els estrangers tinguin la voluntat d'integrar-se en la societat d'acollida.

2. La comunicació audiovisual local i la immigració: objecte d'estudi i metodologia

El treball de camp s'ha realitzat sobre una mostra de cinc poblacions catalanes, una de la demarcació de Barcelona, una de la demarcació de Girona, una de la demarcació de Lleida, una de la demarcació de Tarragona i una de la demarcació de Terres de l'Ebre, definida a partir dels següents paràmetres:

1) L'alt índex de població estrangera en relació al total d'habitants del municipi ha estat el primer paràmetre que s'ha tingut en compte per decidir la mostra. Aquest factor d'índole quantitatiu ha estat bàsic perquè es parteix de la premissa que a major percentatge de ciutadans d'origen estranger més probabilitats de tensió social. Però també hi ha més possibilitats d'agrupació col·lectiva, i per tant, de creació d'entitats que agrupin a ciutadans d'una o de diverses nacionalitats originaris d'una zona geogràfica o continent, que vulguin desenvolupar activitats, participar i donar-se a conèixer a la societat d'acollida.

Les fonts d'informació per a l'elaboració de la mostra han estat principalment les dades de l'Idescat, (Institut d'Estadística de Catalunya), els informes de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya i finalment els Ajuntaments.

2) La significació mediàtica d'una població en relació a assumptes d'immigració ha estat el segon paràmetre que ha actuat com a criteri qualitatiu. Des d'aquesta perspectiva, s'ha fet un seguiment durant el segon semestre del 2010 de les principals notícies referides a la immigració, relacionades amb situacions de conflicte i tensió però també

amb la bona convivència. Cal dir, però, que aquesta última casuística ha tingut una influència baixa en la conformació de la mostra, donada l'escassa rellevància mediàtica que - segons hem observat- mereixen les situacions de cohesió social i multiculturalitat.

3) El tercer paràmetre per configurar la mostra ha estat la presència de mitjans audiovisuals de comunicació local i/o comarcal, preferentment de titularitat pública -donat el seu caràcter de servei a la comunitat- però també de titularitat privada.

En definitiva, la mostra s'ha construït a partir d'una selecció de cinc poblacions, una de cada demarcació, on coincidís un percentatge d'estrangers significatiu, un cert nivell de presència mediàtica d'aquesta població estrangera, i almenys un mitjà de comunicació local o comarcal. Un quart paràmetre que no s'ha tingut en compte a l'hora de definir la mostra, però que ha estat fonamental en el desenvolupament de l'estudi ha estat el teixit associatiu de col·lectius d'immigrants a la localitat.

Atenent els paràmetres exposats, la mostra ha quedat finalment constituïda per les següents cinc poblacions:

- Demarcació de Barcelona: Vic.

Aquest municipi presenta un índex de població estrangera del 25%, sobre el total de la població resident a la ciutat, i ha estat centre d'atenció mediàtica en diverses ocasions, sent la més recent la generada pels canvis de criteris a l'hora de realitzar l'empadronament³. A més, algunes de les regidories de l'Ajuntament estan ocupades per membres del Partit Plataforma per Catalunya, el qual destaca per posicionaments de caràcter xenòfob. La titularitat dels mitjans de comunicació audiovisual que operen a la ciutat de Vic és privada. És l'única ciutat de la mostra que no té un mitjà de comunicació públic audiovisual. Tampoc a nivell comarcal hi ha cap mitja públic .

³<http://www.el9nou.cat/noticies_o_0/11042/vic_modifica_els_criteris_d_empadronament_dels_estrangers_demanara> [Consulta novembre 2010]

- Demarcació de Girona: Salt.

Aquest municipi de la comarca del Gironès es va independitzar de la capital, Girona, el 1983. L'índex de població estrangera és dels més alts de Catalunya situant-se sobre el 44%; a més, la seva presència en els mitjans de comunicació és també habitual. Salt compta amb una ràdio municipal i rep el senyal d'una televisió de proximitat de titularitat privada.

- Demarcació de Lleida: Balaguer.

Des de la perspectiva del ressò mediàtic, Balaguer, capital de la comarca de La Noguera, no s'ha distingit per conflictes de caràcter social relacionats amb la immigració. El seu índex de població estrangera és del 22% i destaquen els ciutadans d'origen europeu entre els col·lectius amb major presència. Pel que fa a mitjans audiovisuals de proximitat, té una ràdio municipal i també rep el senyal d'una televisió privada.

- Demarcació de Tarragona: Salou.

Aquest municipi, que pertany a la comarca del Tarragonès, assoleix el 40% de població estrangera respecte al total de la població. La varietat d'orígens és alta i el més destacable és el gran nombre de ciutadans europeus. La presència mediàtica és petita en proporció a l'alt índex de població estrangera, però entre els esdeveniments noticiosos que recullen els mitjans se'n troben tant dels considerats negatius perquè donen una mala imatge dels immigrants, com dels considerats positius perquè en projecten una imatge normalitzada. Els mitjans de comunicació són majoritàriament de titularitat privada, als que cal afegir una televisió pública, l'única a Catalunya que emet per a tres comarques (Tarragonès, Alt Camp i Conca de Barberà) que depèn del consorci que formen aquests set municipis: Constantí, Montblanc, Tarragona, Torredembarra, Salou, Valls i Vila-Seca.

- Demarcació de Terres de l'Ebre⁴: Tortosa.

Aproximadament el 23% del total de la població resident a Tortosa, capital de la comarca del Baix Ebre, és d'origen estranger, sent el col·lectiu africà el que assoleix una major presència. Pel que fa a l'atenció mediàtica, la ciutat tortosina no destaca significativament. Respecte als mitjans de comunicació hi ha una ràdio municipal i l'accés a diversos canals de TDT de proximitat de titularitat privada.

Per al disseny de la metodologia s'han utilitzat, per una banda, eines de caràcter quantitatiu -que han estat fonamentals per a la construcció de la mostra- i, per altra banda, de caràcter qualitatiu, fent ús del relat etnogràfic com a estratègia que permet aprofundir en la percepció i experiències dels subjectes implicats. S'ha considerat prioritària la combinació d'ambdues perspectives perquè permet:

- Aprofundir en el binomi mitjans - ciutadans estrangers en explorar les condicions que regulen aquesta relació en les poblacions que conformen la mostra.
- Projectar tendències extrapolables a d'altres realitats socio-mediàtiques locals, en tant que el relat dels responsables dels mitjans i dels actors socials exposa les percepcions sobre el paper d'uns i altres i evidencia quines són les actuacions i les conseqüents percepcions.

Les dades de l'Idescat (Institut d'Estadística de Catalunya) han permès construir la mostra de municipis atenent als criteris anteriorment comentats. Per la seva banda, els ajuntaments han proporcionat informació sobre les associacions i entitats de col·lectius immigrants que treballen sobre el territori. La perspectiva qualitativa, treballada des de l'entrevista en profunditat, ha requerit del contacte personal amb gestors de continguts dels mitjans locals i dels presidents o altres membres d'associacions i entitats d'immigrants. També s'ha considerat oportú incloure en aquest àmbit, les aportacions dels responsables de les plataformes de distribució de continguts locals.

⁴ Aquesta demarcació es correspon a la divisió territorial de la Generalitat i futura Vegueria Terres de l'Ebre, que inclou a més del Baix Ebre, també les comarques de la Ribera d'Ebre, la Terra Alta i el Montsià.

3. El treball de camp.

Amb la finalitat de poder visualitzar les principals característiques de cadascun dels paràmetres de les cinc ciutats que configuren la mostra s'han elaborat les següents fitxes descriptives.

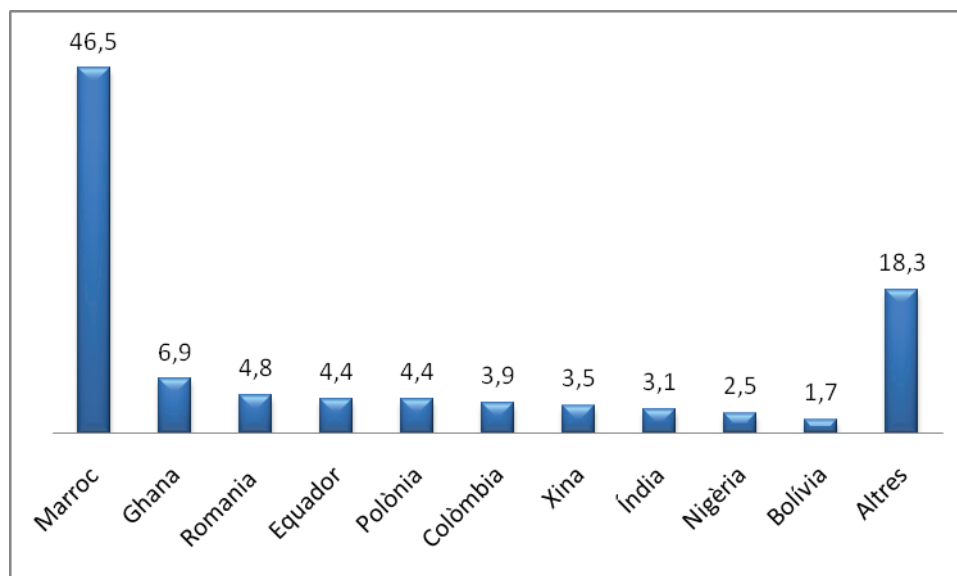
3.1. Demarcació de Barcelona: Vic

3.1.1. La població estrangera.

Segons dades actualitzades a 2010 de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya⁵, l'índex de població estrangera resident a la comarca d'Osona es situa entorn al 16,4% sobre el total de la població. El col·lectiu amb més presència és d'origen marroquí, encara que la diversitat de procedències queda plenament representada per un total de 108 nacionalitats. Tot i la pluralitat d'orígens, reflectida al següent gràfic, el continent africà és el que assoleix una més alta representació: 60% sobre el total de la població estrangera (Gràfic 1).

⁵<http://www20.gencat.cat/docs/dasc/03Ambits%20tematics/05Immigracio/02Dadesimmigraciocatunya/01perfildemografics/Documents/PERFIL_comarques.pdf> [Consulta Octubre 2010]

Gràfic 1. Relació de nacionalitats estrangeres a la comarca d'Osona



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya.

Pel que fa a Vic, l'índex d' estrangers assoleix el 25% del total de la població del municipi, és a dir, 9,1 punts percentuals per sobre de les xifres del conjunt de la comarca. També a la capital osonenca, la comunitat marroquina continua sent la més nombrosa (37% sobre el total de població estrangera) però es situa 9,5 punts per sota de l'índex comarcal. Per contra, els ciutadans procedents de Ghana suposen el 11% de la població estrangera del municipi i superen en 4,1 punts la presència del col·lectiu a Osona⁶.

L'Anuari socioeconòmic de Vic 2009 ⁷, elaborat per l'Institut Municipal de Promoció i Economia de l'Ajuntament de Vic, destacava que l'augment de la població de la ciutat estava en estreta relació a l'augment de naixements entre la població d'origen estranger. A la taula 1 es presenta l'estructura social de la ciutat de Vic, diferenciant entre població autòctona i estrangera i destacant quins són les comunitats amb un índex més alt de presència segons origen geogràfic.

⁶ <<http://www.ccosona.net/admin/uploads/htmlarea/Informe%20Osona%202010.pdf>> [Consulta Desembre 2010]

⁷ Dades descriptives VIC, segons Anuari socioeconòmic de Vic, 2009. Elaborat per IMPEVIC, Institut Municipal de Promoció i Economia de l'Ajuntament de Vic. <<http://impeempresa.vic.cat/anuari/Anuari%20Socioeconomic%20Vic%202009.pdf>> [Consulta Octubre 2010]

Taula 1. Relació percentual població autòctona i població estrangera de la ciutat de Vic

Total població Vic	40.228	
% Població amb nacionalitat espanyola	74,7% (30.036)	
% Població estrangera	25,3% (10.060)	
	% Per origen geogràfic*	% Col·lectius amb més presència**
	14,0% Àfrica	9,5% Marroc 2,62% Ghana
	5,1% Amèrica Ll.	2,18% Equador
	2,9% Àsia	1,29% Índia 1,26% Xina
	2,17% Europa	0,82% Polònia

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de població de l'Informe Estadístic Pla Ciutadania i Immigració d'Osona⁸ i Anuari socioeconòmic de Vic, 2009.

*La suma total no assoleix el total del percentatge de població estrangera, com a conseqüència d'un total de 70 nacionalitats amb molts baixos percentatges de presència que institucionalment són aglutinats en la categoria Altres.

**Únicament s'han destacat les comunitats amb major presència.

La necessitat de promoure polítiques destinades a fomentar la cohesió social i la convivència entre els veïns de Vic, amb independència del seu origen queda en part reflectida per dues línies de treball que l'Ajuntament promou. La primera és el Servei de Mediació Ciutadana i Comunitària⁹ que actua d'intermediari per a la resolució de conflictes que poden anar des de familiars a veïnals. La segona és VicEntitats¹⁰, una plataforma de suport a les entitats i associacions de la ciutat i comarca que, a més, difon les seves activitats més destacades¹¹. Aquest *site* actua a *modus* d'expositor de l'ampli teixit associatiu que té seu a la ciutat de Vic, organitzant-lo per tipologies i oferint dades de contacte, com telèfon i e-mail.

⁸ <http://www.ccosona.net/admin/uploads/htmlarea/Informe%20Osona%202010.pdf> [Consulta Juliol 2010]

⁹ <http://www.vic.cat/uploads/Banners1/dipticwebismcc.pdf>

¹⁰ <http://www.vicentitats.cat/>

¹¹ El web VicEntitats també dona informació sobre associacions que tenen seu a d'altres poblacions de la comarca. Aquest és el cas de l'Associació per la solidaritat i el desenvolupament dels emigrants de Manlleu o l'Associació pel desenvolupament sanitari i social del nord del Marroc, totes dues amb seu al municipi de Manlleu.

3.1.2. El mapa de mitjans audiovisuals locals a la ciutat de Vic.

Els mitjans de comunicació audiovisual que es defineixen com a locals o de comunicació de proximitat, que actuen en la àmbit de Vic, són de titularitat privada. En total, es tracta de dues emissores de ràdio i tres canals de televisió, segons s'explica en el següent mapa de mitjans.

- Ràdio.

Nom comercial: Ràdio Vic
Àmbit de cobertura: Vic
Sistema d'emissió: Analògic i <i>on line</i> en directe.
Titularitat: Privada.
Web: < http://www.oonacomarca.com/index.php/weblog/C38/ >
Des d'aquest <i>site</i> , s'accedeix a l'emissió <i>on line</i> . Com a informació complementària apareix la relació de programes acompanyada d'algunes fotografies.
Model programació: Mixt amb emissió de música que s'aproxima al format <i>Adult Contemporary</i> , butlletins horaris d'informació de proximitat, i alguns programes informatius i d'esports.
Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : No.

Nom comercial: El 9FM ¹²
Àmbit de cobertura: Osona
Sistema d'emissió: Analògic, TDT i <i>on line</i> sota demanda dels programes destacats.
Titularitat: Privada.
Web: < http://www.el9nou.cat/el9fm_directe.php >
Només permet accedir a l'emissió en directe. Cal destacar que des del <i>site</i> del grup no es pot accedir a la ràdio <i>on line</i> .
Model programació: Combinació de música de qualitat, aproximant-se a l' <i>Adult Contemporary</i> , butlletins informatius i magazine vespre sobre informació de proximitat. També emet en simultaneïtat alguns programes de la televisió que s'emeten durant el vespre nit. A partir de les 22 hores, es poden escoltar programes d'entrevistes i tertúlies produïts per El 9 TV.

¹² Va iniciar les seves emissions a la freqüència 92.8 a principis del 2010. Cobreix tota la comarca d'Osona. Entre les 7 i les 22 hores emet butlletins horaris de 3' d'actualitat informativa de proximitat combinats amb música de qualitat, posant especial atenció en la d'origen català.

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : No
--

- Televisió.

Nom comercial: Canal Català Osona

Àmbit de cobertura: Osona i associada al Canal Català TV
--

Sistema d'emissió: Digital

Titularitat: Privada.

Web: < http://www.canalcatala.com/indexosona.html >
--

El <i>site</i> del grup Canal Català conté la graella de programació, i en destaca alguns programes. A més, ofereix l'emissió en directe en IP. Tot i que Canal Català Osona té pàgina pròpia ofereix informació bàsicament de caràcter promocional.
--

Model programació: Generalista amb programació en cadena i en desconnexió comarcal.

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : No.

Nom comercial: Canal Taronja Osona

Àmbit de cobertura: Osona

Sistema d'emissió: Digital i <i>on line</i> sota demanda dels programes destacats.
--

Titularitat: Privada

Web: < http://www.taronjadigital-osona.cat/ >
--

Es tracta d'un portal d'informació de proximitat comarcal, que a més actua de dipòsit dels programes destacats de l'emissió d'aquesta televisió en TDT i que emana del <i>site</i> del grup (< http://www.taronjadigital.cat/ >), des del qual també es pot accedir a les demarcacions del Bages (< http://www.taronjadigital-bages.cat/ >) i Anoia (< http://www.taronjadigital-anoia.cat/ >). Des de totes elles, es pot accedir a la emissió <i>on line</i> en directe de la Cadena SER a la Catalunya Central.

Model programació: Generalista.

Part de la programació prové de Comunicàlia i de TDI (Televisions Digitals
--

Independents de Proximitat)

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : No.

Nom comercial: El 9TV
Àmbit de cobertura: Osona Sistema d'emissió: Digital i <i>on line</i> sota demanda dels programes destacats. Titularitat: Privada. Web: < http://www.el9nou.cat/el9tv > El <i>site</i> ofereix la graella de programació i l'accés al dipòsit dels programes destacats, una possibilitat que també permet el web corporatiu (< http://www.el9nou.cat/portada.php >). Model programació: Generalista Participa de la Xarxa Audiovisual Local, el que li permet emetre productes de la plataforma xiptv ¹³ , però també actuant com a productor de la mateixa amb diferents tipus de programes. Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : - <i>Civilis</i> (producció XAL)

El portal informatiu <<http://www.el9nou.cat/portada.php>>, té com a eix temàtic la comarca. És el medi electrònic de El 9nou que, a banda, compta amb una edició en paper d'actualitat i altre esportiva. Des d'aquest *site* es pot accedir a la programació televisiva i al seus vídeos però no a la ràdio del grup¹⁴.

3.1.3. El teixit associatiu.

La majoria de les entitats i associacions de ciutadans nouvinguts que actuen a la ciutat de Vic apareixen agrupades sota el denominador comú de societat, tot i que entre les seves activitats estan incloses accions de promoció de la cultura pròpia. De la informació recollida a VicEntitats i la que es desprèn dels *sites*, es constata que la majoria han paralitzat bona part de les seves activitats com a conseqüència de la crisi econòmica. La taula següent presenta la relació d'associacions i entitats que treballen a la capital osonenca.

¹³ <http://www.xiptv.cat/> [Consulta: de gener a març 2011].

¹⁴ Altre portal d'informació sobre la comarca és <http://www.elter.net>, que edita la revista El Ter i gestiona Ràdio Manlleu.

Taula 2. Relació d'associacions i entitats de col·lectius d'immigrants de Vic.

	País	Nom
1	Colòmbia	Comité Cívico Colombiano de Osona
2	Equador	Associació d'Equatorians a Catalunya comarca d'Osona (A.E.C.C.O)
3	Equador	Asociación Ecuatorianos Residentes en Vic (AERVIC)
4	Ghana	Associació de Ghanesos a Osona
5	Ghana	Associació de Ghanesos d'Osona
6	Ghana	Associació Krobea Asante Kotoko
7	Ghana	Associació de Ciutadans de la regió Brong-Ahafo de Ghana residents a la comarca d'Osona
8	Índia	Associació Social i Cultural de la Índia
9	Mali	Associació de Malians de Catalunya i resta d'Espanya
10	Marroc	Associació Motivadora d'Integració i Convivència AMIC Amazigh
11	Mèxic	Associació Mexicans a Catalunya MEX-CAT
12	Nigèria	Onyeayana Nwaneya
13	Nigèria	Good Brothers Nigerian Association and Cultural Group
14	Nigèria	Ohaneze Indigbo en Catalunya
15	Nigèria	Bini Association Vic
16	Senegal	Associació Fuladuu Union Fulbe Immigrants Senegal (AFUFIS)
17	Senegal	Associació senegalesa per a l'ajuda i la integració i el codesenvolupament Sen-Capebenor.
18	-----	African Muslims Cultural (Musulmans Africans)
19	Zona Sudsahara	Associació Cultural Sudsahariana i Amics d'Osona (ACSAO)

Font: Elaboració pròpia a partir de VicEntitats¹⁵ i el Consell Comarcal d'Osona.

Bona part de les associacions que apareixen recollides a VicEntitats realitzen activitats arreu la comarca i algunes, fins i tot, en el conjunt del territori català

¹⁵ <<http://www.vicentitats.cat/>>

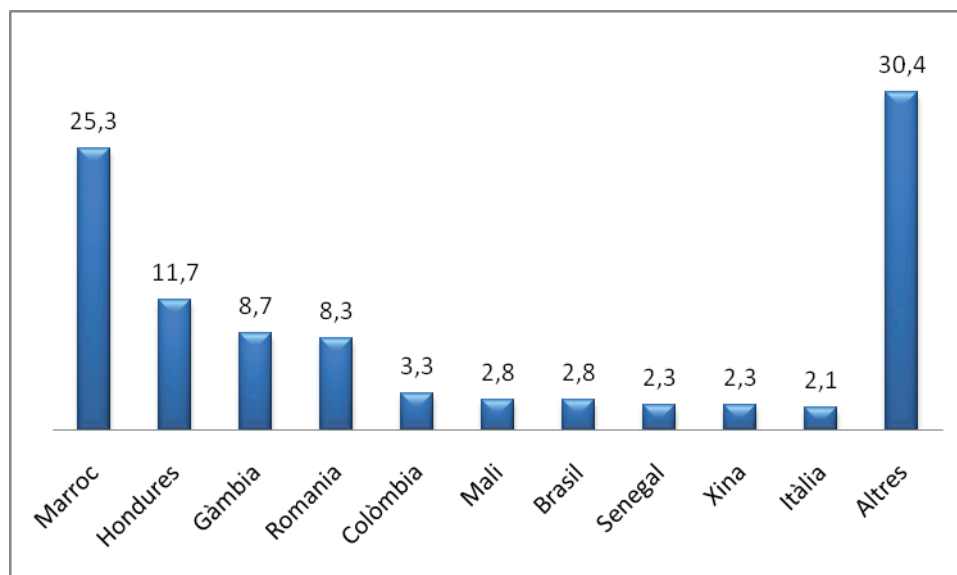
en el marc de les comunitats de ciutadans nouvinguts. Com a contrapunt, s'ha volgut destacar l'Associació Veus Diverses que es planteja un treball en el si de la població autòctona per a que “entengui que la immigració és una realitat que ens toca viure” ¹⁶.

3. 2. Demarcació de Girona: Salt.

3. 2.1. La població estrangera.

El nombre de ciutadans de nacionalitat estrangera a la comarca del Gironès és de 40.054, el 21,8% sobre el total de població de la comarca, segons dades de la Generalitat de Catalunya corresponents a l'any 2010. Tal i com mostra el gràfic 2, els ciutadans d'origen marroquí suposen el 25% del total de la població estrangera, seguits dels hondurenys, gambians, romanesos i colombians. Resulta significatiu que el percentatge d'Altres superi el 30% i és que en ell s'inclouen ciutadans procedents de 118 nacionalitats més¹⁷.

Gràfic 2. Relació de nacionalitats estrangeres a la comarca del Gironès.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat.

¹⁶ <http://www.osonacomarca.com/index.php/weblog/comments/associacio_de_veus_diverses/> [Consulta març 2011].

¹⁷ http://www20.gencat.cat/docs/dasc/03Ambits%20tematics/05Immigracio/02Dadesimmigraciocat/atalunya/01perfilsdemografics/Documents/PERFIL_comarques.pdf [Consulta abril 2011]

Pel que fa a Salt, el percentatge de població estrangera arriba al 44,39% amb predomini dels africans amb un índex de quasi el 69% sobre el total d'estrangers. A diferència del que succeeix a nivell de comarca, la presència de gambians supera la de hondurenys (Taula 3). En resum, en aquesta població gironina hi conviuen persones de 79 nacionalitats diferents.

Taula 3. Relació percentual població autòctona i població estrangera de la ciutat de Salt.

Total Població Salt	31.897 persones	
% Població amb nacionalitat espanyola	55,61% (17.738)	
% Població estrangera	44,39% (14.159)	
	% Per origen geogràfic	% Col·lectius amb més presència *
	30,58% Àfrica	15,95% Marroc 6,14% Gàmbia
	7,89% Amèrica Llatina	4,18% Hondures
	2,41% Àsia	1,18% India
	3,51% Europa	1,55 Romania

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per l'Ajuntament de Salt. Data: 21 Octubre 2010.

*Únicament s'han destacat les comunitats amb major presència.

3.2.2. El mapa de mitjans de comunicació audiovisual.

Una emissora de ràdio de titularitat pública i un portal informatiu són els mitjans audiovisuals gestionats des de Salt. Ara bé, si la cerca s'amplia a la comarca del Gironès l'oferta inclou també dues emissores de televisió

- Ràdio.

Nom comercial: Ràdio Salt
Àmbit de cobertura: Salt
Sistema d'emissió: Analògic
Titularitat: Pública
Web: < http://www.viladesalt.cat/ >
L'accés a la informació sobre Ràdio Salt es realitza a través del <i>site</i> del consistori, ja

que l'emissora de moment no en disposa.

Model Programació: Combinació de músiques del món, butlletins informatius i serveis informatius de proximitat, més programes realitzats per associacions.

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social :

- *Salt de sons*
- *Almohajir*
- *Un salt al món*

- Portal Internet.

Nom comercial: <<http://www.totsalt.cat>>

El portal va néixer fa sis anys i rebia subvencions de l'Ajuntament de Salt i de la Diputació de Girona, el que permetia que hi treballessin tres persones. La situació va canviar després de les eleccions municipals del 2007.

Inclou informació de servei i fa un recull de les activitats i esdeveniments que tenen lloc a Salt. Actualment està gestionat per Manel Mendoza que hi treballa de manera voluntària¹⁸.

- Televisió.

Nom comercial: Televisió de Girona

Àmbit de cobertura: les comarques del Gironès, Pla de l'Estany i Baix Empordà i parcialment les de la Selva i l'Alt Empordà

Sistema d'emissió : Digital i *on line* a través de YouTube

Titularitat: privada (Grup Valvi)

Web: <<http://www.tvgirona.tv/inici.php>>

El site destaca uns programes que posa a disposició de l'usuari en connexió des de la plataforma YouTube. També hi ha un enllaç a Twitter i Facebook des de la pàgina d'inici.

Model Programació :Generalista

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : no

¹⁸ Conversa telefònica amb Manel Mendoza 28 octubre 2010

Nom comercial: Canal Català Girona-Pla
Àmbit de cobertura: Gironès, Pla de l'Estany, Alt Empordà i Baix Empordà
Sistema d'emissió: Digital
Titularitat privada
Web: http://www.revistadebanyoles.com/tele/
Model Programació: Generalista
Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social : No

3.2.3. El teixit associatiu.

La taula d'entitats d'origen immigrant amb seu a Salt supera el nombre de cinquanta associacions (Taula 4). Cal ressaltar algunes coses, com que el col·lectiu senegalès -que suposa poc més del 4% de la població estrangera de Salt- està present amb 13 associacions. En canvi la comunitat hondurenya (9,41% de la població estrangera) o la romanesa (3,48%) no tenen cap representació.

Taula 4. Relació d'associacions i entitats de col·lectius d'immigrants de Salt.

	País	Nom
1	Camerun	Associació de Camerunesos de Girona i Amics. ACAGIA
2	Sense referència	Associació Esperanza para todos
3	Colòmbia	Huellas de Colombia
4	Costa de Marfil	Associació de Marfilenys de Salt/ Girona
5	Gàmbia	Associació de dones YAMARIKAFO
6	Gàmbia	Ajuda Humanitària Gàmbia
7	Gàmbia	Associació Gambiana de Salt
8	Gàmbia	Keneba Cantorà
9	Ghana	Associació per la promoció de la cultura i música Ashanti(APCMA)
10	Ghana	Associació Cultural de Ghana del Gironès
11	Ghana	Associació Cultural Ayidatchaw
12	Ghana	Associació Nkoranzaman Girona. Ghana

13	Guinea	Associació de Dones de Guinea
14	Guinea	Associació AGES (Guinea solidaritat) de Guinea ConaKry
15	Guinea	Associació DJIGUI de Guinea
16	India	Associació Cultural Gurudwara Kalnighar (entitat religiosa)
17	Mali	Associació per la cooperació amb el poble WASADA
18	Mali	Associació FLABOUGOULA de Mali
19	Mali	Associació BANKOUMANA WASSOULOU Mali
20	Mali	Associació de Joves de Owuassolu – Mali
21	Mali	Associació per Desenvolupament del Village de Sanana (ADVS) MALI
22	Mali	Associació de Solidaritat amb BEREKO
23	Mali	Associació de dones de Mali BENKADÍ
24	Mali	Associació de veïns de NEGEBOUGOU
25	Marroc	Magrebins per la Pau (entitat religiosa)
26	Marroc	Magrebins sense fronteres
27	Marroc	Associació Al Hilal (entitat religiosa)
28	Marroc	Associació Almagareba Almohajiren
29	Marroc	Associació de dones AMAL
30	Marroc	CODENAF (Coop i Desenv amb el nord d' Àfrica)
31	Nigèria	Edo State Union Nigeria
32	Nigèria	IGBO. Associació de l'ètnia Nigeriana
33	Nigèria	Associació dels descendents de ODUDOUWA
34	Nigèria	Associació de Nigèria Union Girona
35	Nigèria	Associació de dones progressistes de Girona
36	Senegal	Associació SENECA (Senegal)
37	Senegal	Associació Comitè Rural de KANDIA Senegal (cooperació i desenvolupament regió Belingaré)
38	Senegal	G.I.E Badinya R. PAKAO (Senegal)
39	Senegal	Associació Kaural Fuladu
40	Senegal	Associació OUDIODIAL per l'ajuda social (dioles) (Senegal). Secció Ass. Mer
41	Senegal	Associació dones Senegal
42	Senegal	Associació BALAL REOUBE FULADOU (Senegal)
43	Senegal	Associació pel desenvolupament del riu Senegal

44	Senegal	Associació NDIMBEUL (Ajuda amb Senegal)
45	Senegal	Associació BALAL FULADOU
46	Senegal	Associació YOURMENDE Senegal
47	Senegal	Associació Sociocultural de Muridisme (Senegal)
48	Senegal	Associació TIJANI Immigrants Africans (ATIA)
49	Tota Àfrica	Associació de dones ENDAVANT
50	Sense referència	Associació cultural dels musulmans africans de Girona ACMAG
51	Sense referència	ACDES

Font. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Salt Desembre 2010.

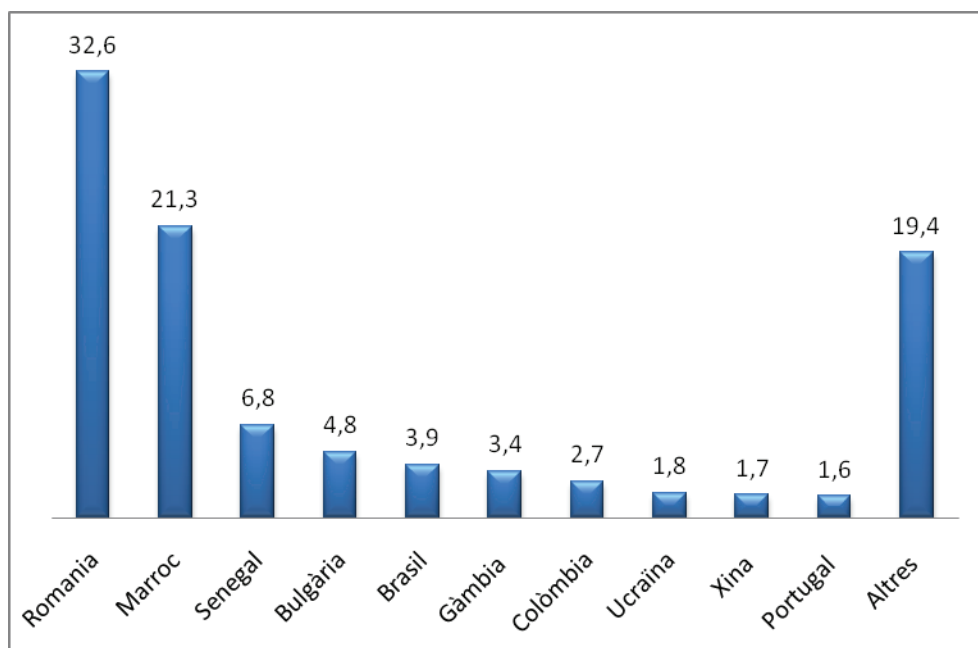
3.3. Demarcació de Lleida: Balaguer.

3.3.1. La població estrangera.

La comarca de la Noguera té censades 40.417 persones, de les quals el 17,8% pertanyen a 129 nacionalitats estrangeres diferents mentre que el 82,2% restant són espanyoles. Segons mostra el gràfic següent (Gràfic 3), els col·lectius de romanesos i marroquins constitueixen més del 50% dels ciutadans nous sobre el total de la població estrangera, seguits a una significativa distància de senegalesos, búlgars, brasilers i gambians. La resta de nacionalitats assoleixen índexs percentuals per sota del 3% de presència. De nou, la categoria Altres recull aquelles comunitats amb valors quasi testimonials de presència al territori.¹⁹

¹⁹<http://www20.gencat.cat/docs/dasc/03Ambits%20tematics/05Immigracio/02Dadesimmigracio catalunya/01perfildemografics/Documents/PERFIL_comarques.pdf> [Consulta Abril 2011]

Gràfic 3. Relació de nacionalitats estrangeres a la comarca de la Noguera.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat.

Pel que fa a la població estrangera de Balaguer, el col·lectiu romanès continua sent el més nombrós, seguit pel marroquí i el senegalès, mantenint-se la tendència de la comarca. El quart lloc l'ocupen els colombians -que esdevenen la nacionalitat llatinoamericana amb més presència a la ciutat- i el cinquè lloc els búlgars. La taula 5 mostra la composició social de la ciutat de Balaguer distingint entre autòctons i estrangers.

Taula 5. Relació percentual població autòctona i població estrangera de la ciutat de Balaguer.

Total Població Balaguer	16.766 persones	
% Població amb nacionalitat espanyola	77,17% (12.938)	
% Població estrangera	22, 83% (3.828)	
	% Per origen geogràfic *	% Col·lectius amb més presència **
	10,09% Àfrica	6,41% Marroc 1,96% Senegal
	9, 35% Europa	7,90% Romania 0,70% Bulgària

	2,05% Amèrica Llatina	0,81% Colòmbia
	0,77% Àsia	0,54% Xina

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Idescat²⁰.

*La suma total no assoleix el total del percentatge de població estrangera, com a conseqüència de nacionalitats amb molt baixos percentatges de presència que institucionalment són aglutinats en la categoria Altres.

**Únicament s'han destacat les comunitats amb major presència.

L'Ajuntament de Balaguer preveu fer l'atenció als nouvinguts mitjançant l'Àrea d' Immigració, "[...] creada per tal de gestionar projectes que facilitin els processos d'adaptació de la població nouvinguda." El seu objectiu és actuar en diferents àmbits facilitant l'aprenentatge de la llengua catalana, la inserció al mercat laboral, i promovent "[...] l'educació des de la interculturalitat i la cohesió social entre els diferents veïns de Balaguer independentment de quin sigui el seu origen."²¹

3.3.2. El mapa de mitjans de comunicació audiovisual

L'oferta de mitjans audiovisuals inclou una emissora de ràdio pública ubicada a Balaguer i una televisió privada amb seu a Lleida (Lleida TV)

- Ràdio

Nom comercial: Ràdio Balaguer
Àmbit de cobertura: Balaguer
Sistema d'emissió: Analògic, <i>on line</i> i a la carta.
Titularitat: Pública
Web: < http://www.radiobalaguer.cat/portal/ >
El <i>site</i> permet accedir a l'emissió <i>on line</i> i al dipòsit de programes. També incorpora la xarxa social Facebook.
Model Programació : Radiofórmula més butlletins informatius i programes de proximitat. Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social:
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Creu i lluna</i> - <i>Freqüència social</i>

²⁰ <http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?b=12&nac=a&res=e569> [Consulta Març 2011].

²¹ <<http://www.balaguer.cat/portal/58>> [Consulta feta al març 2011]

- Televisió.

Nom comercial: Lleida Televisió
Àmbit de cobertura: Segrià, Urgell, Segarra, Noguera, Garrigues, Pla d'Urgell i Val d'Aran
Sistema d'emissió: Digital
Titularitat: Privada (grup Segre)
Web: < http://www.segre.com/lltv_inici.html (Lleida TV)>
Hi ha una secció que es diu Lleida TV a la carta. Hi ha enllaços a les altres empreses del grup. Alguns programes estan a Facebook
Model Programació : Generalista
Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social:
- <i>Mirades</i>

3.3.3. El teixit associatiu.

Les entitats d'origen immigrant a Balaguer són només dues i, en cap cas, estan relacionades amb el col·lectiu amb més presència a Balaguer que és el romanès. Una d'elles és de caràcter religiós, Associació musulmana de la Noguera, i l'altra és cultural, Associació africana²².

3.4. Demarcació de Tarragona: Salou.

3.4.1. La població estrangera.

Segons dades actualitzades a 1 de gener de 2011 de la Generalitat de Catalunya, l'índex de població estrangera a la comarca del Tarragonès es situa entorn al 20,6% sobre el total de la població. Els col·lectius són molt diversos, hi ha ciutadans de 138 països diferents. La primera comunitat més nombrosa és la del Marroc, seguida de Romania, Colòmbia, Senegal, Argentina, Itàlia, Xina, Brasil, Bulgària i Equador. Dels 253.240 ciutadans de la comarca, 52.042 són estrangers²³.

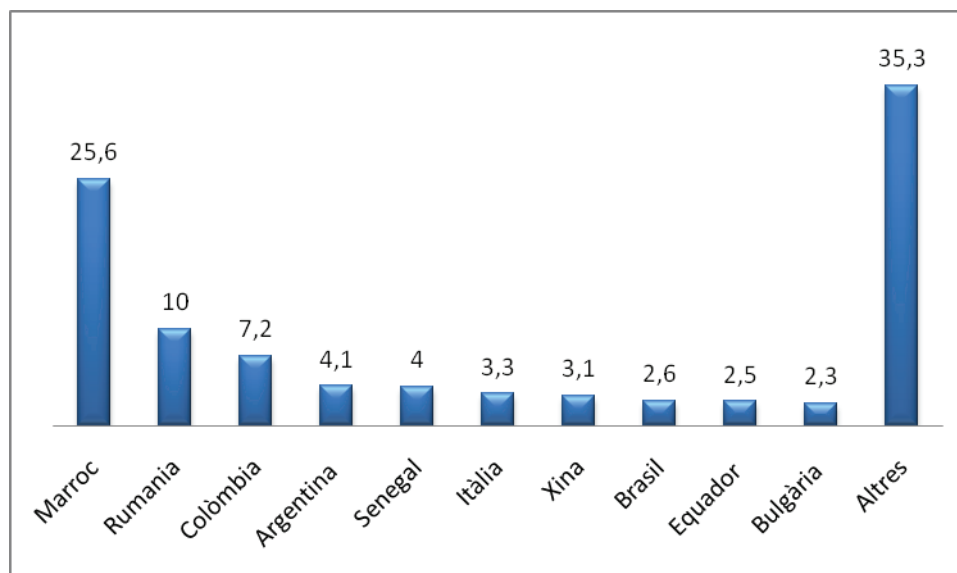
Les xifres desglossades en percentatges per nacionalitat (Gràfic 4) mostren la diversitat d'origens dels ciutadans estrangers residents al Tarragonès. Els

²²<http://www.balaguereduca.cat/index.php?option=com_content&task=view&id=72&Itemid=108> [Consulta Febrer 2011].

²³<http://www20.gencat.cat/docs/dasc/03Ambits%20tematics/05Immigracio/02Dadesimmigracio catalunya/01perfilsdemografics/Documents/PERFIL_comarques.pdf> [Consulta Abril 2011]

baixos índexs de presència d'alguns col·lectius provoquen que el valor percentual de la categoria Altres superi (36,15%) al del Marroc (23,91%), nacionalitat que lidera el rànquing.

Gràfic 4. Relació de nacionalitats estrangeres a la comarca del Tarragonès



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Idescat de la Generalitat²⁴

Pel que fa al municipi de Salou, el percentatge de població estrangera arriba al 40,18% amb predomini dels europeus, tot i que la població més gran és la de nacionalitat senegalesa amb 1.593 persones. Però entre romanesos, britànics i italians (per aquest ordre) sumen gairebé una cinquena part dels estrangers que hi ha a la població de Salou. Des de la perspectiva de la ubicació geogràfica atenent al continent els ciutadans provinents de l'Amèrica Llatina ocupen el segon lloc gairebé igualats en percentatge amb els provinents de l'Àfrica. En l'últim lloc, es troben els oriünds d'Àsia que també presenten una significativa diversitat de nacionalitats, que va des de la India a Kazakhstan. La taula següent mostra la heterogeneïtat de la població estrangera que resideix a aquesta ciutat costanera (Taula 6).

²⁴ <<http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?res=d36&nac=a&b=12>> [Consulta Abril 2011]

Taula 6. Relació percentual població autòctona i població estrangera de la ciutat de Salou.

Total Població Salou	27.016 persones	
% Població amb nacionalitat espanyola	59,82% (16.160)	
% Població estrangera	40,18% (10.856)	
	% Per origen geogràfic *	% Col·lectius amb més presència **
	17,73% Europa	3,14% Romania 2,60% Regne Unit 1,98% Itàlia 1,59% Rússia 1,49% Bulgària
	9,34% Amèrica Llatina	1,86% R. Dominicana 1,80% Argentina 1,62% Brasil 1,28% Colòmbia
	8,90% Àfrica	5,89% Senegal 2,45% Marroc
	3,90% Àsia	1,92% India 1,14% Pakistan

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Idescat²⁵.

*La suma total no assoleix el total del percentatge de població estrangera, com a conseqüència d'un total de 70 nacionalitats amb molt baixos percentatges de presència que institucionalment són aglutinats en la categoria Altres.

**Únicament s'han destacat les comunitats amb major presència.

3.4.2. El mapa de mitjans de comunicació audiovisual

Les emissores de ràdio que tenen seu a Salou tenen titularitat privada i emeten fonamentalment la programació en cadena de la Cadena Ser i la de Cadena Dial. Des de la perspectiva de la comarca, es detecta la presència de TAC 12 , un projecte de televisió de proximitat en el que participen diferents municipis, tal i com es recull a la següent fitxa.

- Televisió

Nom comercial: TAC 12
Àmbit de cobertura: Tarragonès, Alt Camp i Conca de Barberà
Sistema d'emissió: TDT i <i>on line</i> sota demanda.
Titularitat: Pública (Consorci de 7 municipis: Constantí, Montblanc, Salou, Tarragona, Torredembarra, Valls i Vila-seca)
Web: www.tac12.cat

²⁵ <<http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?b=12&nac=a&res=e945>> [Consulta Gener 2011]

A través del *site*, s'accedeix a les notícies dels municipis que formen part del Consorci i a la majoria de programes. També es pot escoltar la radio *on-line* de dos dels municipis: Ona La Torre (<<http://www.ona-latorre.cat/>>) de Torredembarra i Ràdio Montblanc (<<http://www.radiomontblanc.cat/>>). La distribució de continguts televisius sota demanda es realitza a través de la plataforma xip/tv de la Xarxa Audiovisual Local

Model Programació : Generalista

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social:

- *Identitats* (coproducció XAL - Tac 12)
- *Civilis* (producció XAL)

També a nivell comarcal i de la TDT el canal públic competeix amb altres cadenes de televisió privada²⁶.

Nom comercial: Canal Català Tarragona

Àmbit de cobertura:

Sistema d'emissió: TDT.

Titularitat: Privada

Web: <<http://www.canalcatalatarragona.tv/>>

A través del *site*, s'accedeix a la informació sobre la programació i un formulari ofereix la possibilitat de demanar algun programa. Cal ressaltar que el web corporatiu del canal no permet *linkar* sobre el canal de Tarragona.

Model Programació : Generalista

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social: No

3.4.3. El teixit associatiu

L'Ajuntament de Salou facilita a través de la seva pàgina web, en els apartats d'agenda i d'entitats, el nom de les associacions de nouvinguts, amb l'any de fundació, el nombre de membres, les dades de contacte i les activitats que

²⁶ Teletaxi TV és un altre dels canals privats que emet a la comarca i amb el que hauran de competir els altres canals però, de moment, la seva programació és bàsicament musical i de televenda. <<http://www.teletaxitv.com/>> i <http://www.fmtarragona.info/es/news/view/626/el-grup-tele-taxi-llega-a-tarragona>. [Consulta Abril 2010].

organitzen²⁷. És sens dubte una manera d'incorporar els estrangers a l'activitat ciutadana de la població, i de donar a conèixer aquestes entitats d'immigrants.

Tot i que la varietat de nacionalitats és alta, la llista d'entitats que agrupen immigrants amb seu a Salou, segons les dades de l'Ajuntament és de 9 associacions. Amb converses amb els presidents d'algunes d'elles, però, hem conegut la formació d'una Associació de Búlgars creada al gener d'aquest 2011 amb un centenar de membres, la número 10 de la taula.

Cal ressaltar que la majoria pertanyen a col·lectius de l'Amèrica Llatina, en total quatre, encara que el Senegal, el col·lectiu estranger més nombrós a la ciutat, disposa de tres. També hi ha una associació de guineans, i una altra de russos, i una de búlgars (Taula 7).

Taula 7. Relació d'associacions i entitats de col·lectius d'immigrants de Salou.

	País	Nom
1	Senegal	Asociación Cultural Senegalesa para la Integración
2	Senegal	Associació Col·lectiu Senegalès Tarragona
3	Senegal	Associació d'Amics Catalunya-Senegal
4	R. Dominicana	Asociación Latina Camino de Luz (majoria dominicans)
5	Argentina	Casal Argentí, Salou 20 de Junio
6	Argentina	Casal Hispano Argentino de Catalunya
7	Cuba	Associació Cubanos en Catalunya
8	Guinea	Asociación Guineanos en la Costa Daurada
9	Rússia	Asociación Rusoparlante "Inter"
10	Bulgària	Associació Búlgaros de Salou

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de la web de l'Ajuntament de Salou²⁸ i amb converses amb els presidents d'algunes d'elles.

²⁷ <http://www.salouentitats.cat/Entitats_resultat_cerca/HdmMJ-RwF75QTfjOtP3ZV1iT6IBt_X-KaRWKmGicH9s> [Consulta Març 2011]

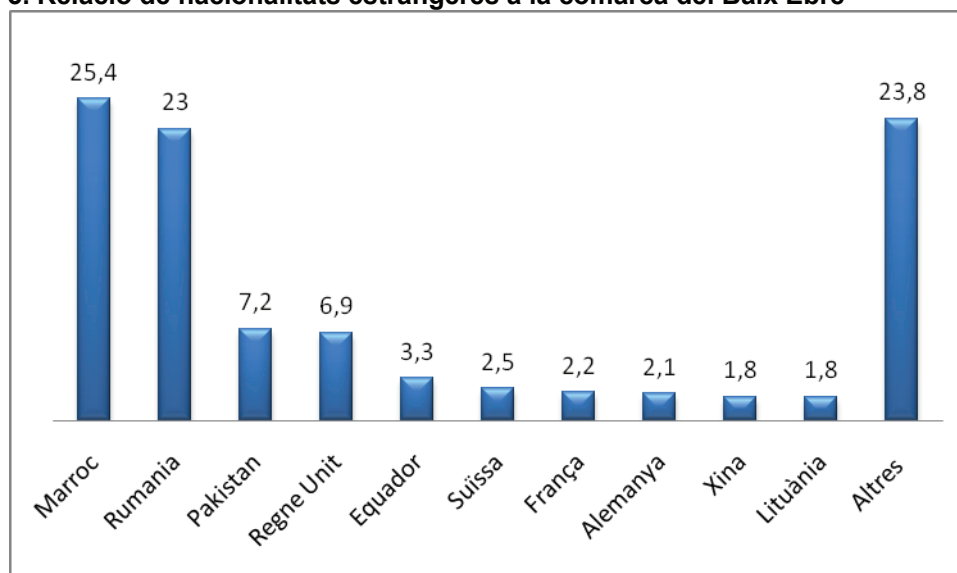
²⁸ <<http://www.salouentitats.cat>>[Consulta Abril 2011]

3.5. Demarcació de Terres de l'Ebre: Tortosa.

3.5.1. La població immigrant.

L'índex de població estrangera a la comarca del Baix Ebre²⁹ es situa entorn al 22,1% sobre el total de la població, segons dades actualitzades de la Generalitat de Catalunya. Dels 84.163 ciutadans de la comarca, 18.568 són estrangers. Els col·lectius són diversos i s'han comptabilitzat 110 nacionalitats diferents. La comunitat que lidera el rànquing és la del Marroc, seguida de Romania, Pakistan, Regne Unit, Equador, Suïssa, França, Alemanya, Xina i Lituània, tal i com es veu al gràfic següent³⁰.

Gràfic 5. Relació de nacionalitats estrangeres a la comarca del Baix Ebre



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat de la Generalitat³¹

Pel que fa al municipi de Tortosa, l'Ajuntament que actualitza cada mes les dades del padró i les publica al seu web, l'índex de població estrangera es situa en el 23,08% sent de nou la comunitat marroquina la que assoleix una major presència³². En segona posició, apareixen els europeus amb Romania com principal nacionalitat i, en tercera posició, els ciutadans oriünds d'Àsia, sent els pakistanesos el col·lectiu més gran. Pel que fa a l'Amèrica Llatina, es

²⁹ Es pren com a referència la comarca del Baix Ebre, encara que la demarcació congrega també la Ribera d'Ebre, la Terra Alta i el Montsià.

³⁰ http://www20.gencat.cat/docs/dasc/03Ambits%20tematics/05Immigracio/02Dadesimmigraciocatatalunya/01perfilsdemografics/Documents/PERFIL_comarques.pdf. [Consulta Abril 2011]

³¹ <http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?res=d09&nac=a&b=12>

³² <http://217.126.56.220:8081/WebAJT/EstadistiquesHabitantsServlet> [Consulta Març 2011]

situa en un quart lloc i és l'Equador el país amb més compatriotes a Tortosa (Taula 8). Cal destacar que hi ha ciutadans de 96 nacionalitats diferents, encara que dos de cada tres estrangers pertanyen al Marroc, Romania, Pakistan i Equador (en aquest ordre).

Taula 8. Relació percentual població autòctona i població estrangera de la ciutat de Tortosa.

Total Població Tortosa	36.428 persones	
% Població amb nacionalitat espanyola	76,92% (28.019)	
% Població estrangera	23,08% (8.409)	
	% Per origen geogràfic *	% Col·lectius amb més presència **
	8,51% Àfrica	7,50% Marroc 0,34% Algèria 0,12% Senegal 0,12% Gàmbia
	6,39% Europa	3,46% Romania 0,71% Moldàvia 0,53% Regne Unit 0,51% Ucraïna 0,37% Lituània
	3,99% Àsia	2,85% Pakistan 0,13% India
	3,25% Amèrica Llatina	1,10% Equador 0,55% Colòmbia 0,32% Perú 0,29% Argentina

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Ajuntament de Tortosa³³.

*La suma total no assoleix el total del percentatge de població estrangera, com a conseqüència de nacionalitats amb molt baixos percentatges de presència que institucionalment són aglutinats en la categoria Altres.

**Únicament s'han destacat les comunitats amb major presència.

L'Ajuntament conscient de la importància numèrica de nousvinguts a la ciutat, i també d'algun conflicte esporàdic, va crear el Servei de Diversitat Cultural que

³³ <http://217.126.56.220:8081/WebAJT/EstadistiquesHabitantsServlet> [Consulta Març 2011]

juntament amb el d'Atenció al Ciutadà, assessoren i informen les associacions de nouvinguts per a una millor integració. En aquest sentit la Biblioteca Municipal és un centre de divulgació de la multiculturalitat mitjançant exposicions, debats, conferències i tota mena d'actes.

3. 5.2. El mapa de mitjans de comunicació audiovisual.

Varies són les emissores de ràdio privada que tenen seu a la ciutat de Tortosa. Algunes són eminentment musicals, com Ona Música de l'Ebre, i d'altres emeten en cadena amb desconnexió local, com ara Onda Rambla Tortosa i Radio Ebre SER Tortosa. A més, els tortosins compten amb l'emissora pública Ràdio Tortosa i dues ràdios més a nivell local i comarcal; és el cas de la privada Imagina Ràdio³⁴ en l'àmbit de cobertura: Tortosa, Amposta, Sant Carles de la Ràpita, Deltebre y Roquetes. Té una programació musical, que inclou butlletins informatius i un programa esportiu el cap de setmana. Pertany a un dels socis del grup (EBE Imatge i Comunicació S.L.) que gestiona l'Ebre TV i l'Ebre digital. La segona ràdio local i comarcal és 21 FM, una ràdio privada amb la mateixa cobertura que Imagina, que pertany a Canal Català TV, que en aquesta zona adquireix la denominació de Canal 21 Ebre. No consta site web, ni programació.

A nivell de la comarca del Baix Ebre, l'oferta audiovisual inclou tres canals de Televisió TDT d'àmbit de cobertura comarcal, tots ells privats perquè el projecte de Consorci públic de la TDT per les Terres de l'Ebre ha quedat aturat. Tot i això, en un dels tres s'observa que l'Ebre TV gestiona bona part de la seva programació amb voluntat de servei públic. Les altres dues, Canal 21 Ebre i Canal TE mantenen una oferta més basada en l'entreteniment.

Nom comercial: Ràdio Tortosa
Àmbit de cobertura: Tortosa i la resta del Baix Ebre, però també s'escolta en poblacions limítrofes de la Terra Alta, Ribera d'Ebre, Montsià, Priorat i Baix Camp.
Sistema d'emissió: Analògica i on line en directe.
Titularitat: Tortosa Media – Ajuntament de Tortosa
Web www.radiotortosa.cat

³⁴ <<http://www.imaginaradio.cat/>>

El *site* permet accedir a la programació, amb informació complementària dels programes, i descarregar *podcasts*, com també la participació simultània a l'emissió del programa mitjançant el sistema "en directe" . Inclou programes de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya i de XarxaCom.

Model Programació : Mix de música i programes informatius i d'esport de proximitat, entre d'altres.

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social:

- Onescat (Sindicada³⁵)

Nom comercial: L'Ebre TV

Àmbit de cobertura: Comarcal Baix Ebre, centrat en Tortosa

Sistema d'emissió: TDT i *on line* sota demanda.

Titularitat: Privada. EBE Imatge i Comunicació S.L.

Web: www.ebredigital.cat

Aquest *site* és conjunt de tot el grup de Comunicació multimèdia. La Veu de l'Ebre, setmanari en paper i diari electrònic i l'Ebre TV en TDT i per Internet a través de les plataformes YouTube i xip/tv.

Del mateix grup però amb web propi, hi ha Imagina Radio, radio musical en FM i per Internet.

Web: www.imaginaradio.com

A través de la web, a més de poder veure les notícies del diari, discriminant per les diferents comarques de les Terres de l'Ebre, es pot escoltar Imagina Radio i veure els vídeos dels informatius de l'Ebre TV. També a través de xip/tv la plataforma de distribució de continguts audiovisuals sota demanda de la Xarxa Audiovisual Local (XAL) es pot veure l'edició de nit de l'informatiu i descarregar tota la programació³⁶.

Model Programació : Generalista de proximitat

Programes d'eix temàtic immigració i cohesió social: No

En l'àmbit informatiu, s'ha considerat oportú destacar un bloc personal de caràcter informatiu anomenat Marfanta.com què es defineix com un bloc de notícies i opinions de la regió de l'Ebre, i que es centra fonamentalment en Tortosa.

³⁵ Onescat és un programa elaborat pel Consorci per a la Normalització Lingüística i enregistrat i produït per COMRàdio.

³⁶ <<http://lebretelevision.cat/?a7eca8862593b770ffa28e0532e39562>> [Consulta Març 2011]

3.5.3. El teixit associatiu.

La llista d'entitats que agrupen immigrants amb seu a Tortosa, segons les dades de l'Ajuntament és de 12 associacions, tot i què algunes estan pendents del registre definitiu. Cap d'elles consta a la web de l'Ajuntament, i per poder contactar amb elles s'ha de fer a través del servei de Diversitat Cultural del consistori.

Cal ressaltar que hi ha una majoria d'entitats d'Àfrica especialment del Marroc (Taula 9), també dues de ciutadans d'origen llatinoamericà, dues de xinesos i una de romanesos, el segon col·lectiu de població estrangera més nombrós després dels marroquins.

Taula 9. Relació d'associacions i entitats de col·lectius d'immigrants de Tortosa

	País	Nom
1	Marroc	Comunitat Mezquita Al Fath de Tortosa
2	Marroc	Associació Cooperació i Solidaritat Averoes
3	Marroc	Centre Cultural Abu Baker Lo Tortosí
4	Marroc	Associació Amazics Amazan
5	Romania	Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu
6	Pakistan	Asociación Cultural Tortosa Social
7	Equador	Associació Alaresp (Associació de Llatins residents a Espanya)
8	Xina	Associació Intercultural Xinesa a Catalunya
9	Xina	Associació Xinesa per la Convivència
10	Perú	Associació Cultural Llatinoamericana de Tortosa (Integra ciutadans provinents de Bolívia, Colòmbia, Equador, Hondures, Veneçuela, entre d'altres)
11	Mali	Associació Diama Diki Maliences Tortosa
12	Senegal	Associació Senegalesos

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades pels serveis d'Atenció al Ciutadà i de Diversitat Cultural de l'Ajuntament de Tortosa³⁷.

³⁷ Consulta Abril 2010.

4. Estratègies de programació.

L'oferta dels mitjans de comunicació audiovisual és un aparador que reflecteix la seva visió de l'entorn i el seu posicionament davant assumptes de caràcter polític, social i econòmic, entre d'altres. D'alguna manera, una graella de programació és l'aparador de l'ideari del mitjà en forma de propostes organitzades que busquen atendre les expectatives d'aquells que consideren el seu públic potencial. Així que, per una banda, la programació radiotelevisiva ha de ser una projecció dels principis ideològics de les empreses i, per altra, ha de connectar amb l'audiència. Partint d'aquesta premissa, la modificació de l'estructura social, provocada pels significatius fluxos migratoris que han impactat sobre Catalunya, hauria d'haver originat noves propostes que facilitessin la incorporació dels nous ciutadans. Les dades, però, no reflecteixen aquesta circumstància ja que "[...] els consums dels estrangers no s'han traduït en canvis significatius en els sistemes de mitjans o en la irrupció de nous productes associats a aquests consums." (Soriano, 2010: 91)

No es pot obviar que els mitjans de comunicació actuen com a agents de dinamització social creant opinió pública i que, des d'aquesta perspectiva, estimulen la construcció d'imaginariis que incideixen en la vida quotidiana dels individus. En el cas dels mitjans de comunicació local, aquest factor és singularment significatiu ja que encara que la distància entre la realitat referencial i la mediàtica sembli curta, l'experiència directe dels subjectes sobre els assumptes representats pot evidenciar que aquesta premissa és en certa manera una fal·làcia. En aquest sentit, discursos que potenciïn la identificació de l'individu amb l'entorn i projectin la diversitat social des de tots els vessants han de constituir els fonaments de les propostes programàtiques i, fins i tot, travessar tots els continguts. Chaparro (1998) especifica que la simbiosi dels factors individu-ràdio-comunitat és "[...] la base de la fórmula que busquen les emissores que es dirigeixen a un segment de la audiència amb gustos afins, als

que tracten d'identificar i aglutinar.” (1998:18). Encara que l'autor fa referència a la ràdio local, aquest mateix triangle és traslladable a l'àmbit de la televisió.

Inicialment, l'objectiu d'aquest capítol havia de ser mostrar les estratègies programàtiques dels mitjans locals, ràdio, televisió i Internet, en relació a la visualització dels canvis produïts en el si del municipi com a conseqüència dels fluxos migratoris. Una vegada analitzat el mapa de mitjans de les diferents poblacions àmbit d'estudi i detectada l'absència de webs d'àmbit local, s'ha decidit limitar l'estudi a ràdio i televisió. Per això es realitzarà una anàlisi de l'oferta programàtica en el seu conjunt i, en particular, es farà èmfasi en aquells programes relacionats amb l'objecte d'estudi d'aquesta recerca.

Els mitjans audiovisuals locals sobre els que s'ha treballat apareixen a les següents taules 10 i 11, distribuïts en funció del seu suport, ràdio i televisió.

Taula 10. Relació de ràdios locals amb emissió a les ciutats de la mostra

Municipi	Ràdio	Titularitat
Balaguer	Ràdio Balaguer	Pública
Salt	Ràdio Salt	Pública
Salou	-	-
Tortosa	Ràdio Tortosa	Pública
Vic	EI 9 FM	Privada
	Ràdio Vic	Privada

Taula 11. Relació de televisions locals i comarcals amb emissió a les ciutats de la mostra

Municipi	Televisió	Titularitat
Balaguer	Lleida Televisió	Privada
Salt	Televisió de Girona	Privada
	Canal Català Girona-Pla	Privada
Salou	Tac 12	Pública
	Canal Català Tarragona	Privada
	4TV Mediterrani	Privada
Tortosa	L'Ebre TV	Privada
	Canal TE	Privada
	Canal 21 Ebre	Privada

Vic	EI 9TV	Privada
	Canal Català Osona	Privada
	Canal Taronja Osona	Privada

4.1. L'oferta de continguts de la ràdio local

4.1.1. La ràdio pública

4.1.1.1. Ràdio Balaguer

Ràdio Balaguer és una emissora de titularitat pública que “[...] penja de la regidoria de promoció i, per això, està al mateix Institut Municipal”, segons explica Josep Maria Escoda, regidor de Promoció econòmica, Comerç i Turisme i Vice-president de l’Institut Municipal Progrés i Cultura (l’IMPIC).³⁸ És a dir, “[...] no depèn directament de l’Ajuntament, però penja d’un òrgan autònom de l’ajuntament”, aclareix Joan Bové³⁹, gerent de l’Institut Municipal Progrés i Cultura⁴⁰. El seu àmbit de cobertura és la ciutat de Balaguer, encara que també a través de la seva web www.radiobalaguer.cat/portal/ emet *on line*, i es facilita la descàrrega de tots els programes de producció pròpia. La seva llengua vehicular és el català.

Pel que fa a la seva programació, la dependència de l’IMPIC marca significativament el seu ideari més centrat en la promoció, no només econòmica i turística, sinó també dels projectes en els que directament intervingui l’institut. Així, “[...] també estem treballant amb ensenyament, molt lligats al departament d’ensenyament i amb el que son els serveis educatius de la comarca de la Noguera. Amb ells sí que varem fer un projecte de benvinguda als nouvinguts [...]”. (J.B.-Ràdio Balaguer). Tot i això, l’anàlisi de la programació, mostra que la representació mediàtica d’aquests col·lectius, que suposen el 22,83% de la població, i dels conseqüents canvis generats en l’estructura social del municipi són difícilment apreciables.

³⁸ A partir d’ara, s’identificarà com J.M.E.- Ràdio Balaguer

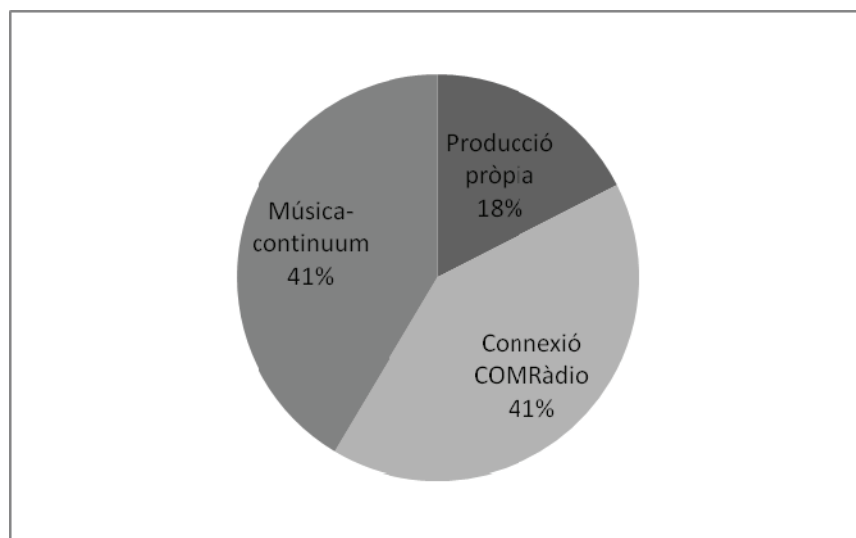
³⁹ A partir d’ara, s’identificarà com J.B.-Ràdio Balaguer.

⁴⁰ L’entrevista a Josep Maria Escoda i a Joan Bové va ser realitzada el 16 de març 2011

Ràdio Balaguer emet les 24 hores del dia i, com és habitual en les ràdios locals, l'organització dels seus continguts es regeix per les capacitats productives de l'emissora. En aquest cas, donada l'existència de programes de producció pròpia que només s'emeten quinzenalment o mensualment, caldria parlar d'una graella mensual.

Atenent a l'origen de la producció (Gràfic 6) cal destacar que l'índex de producció pròpia es situa entorn el 18% sobre el total dels continguts emesos.

Gràfic 6 . Distribució percentual mensual dels continguts atenent al tipus de producció

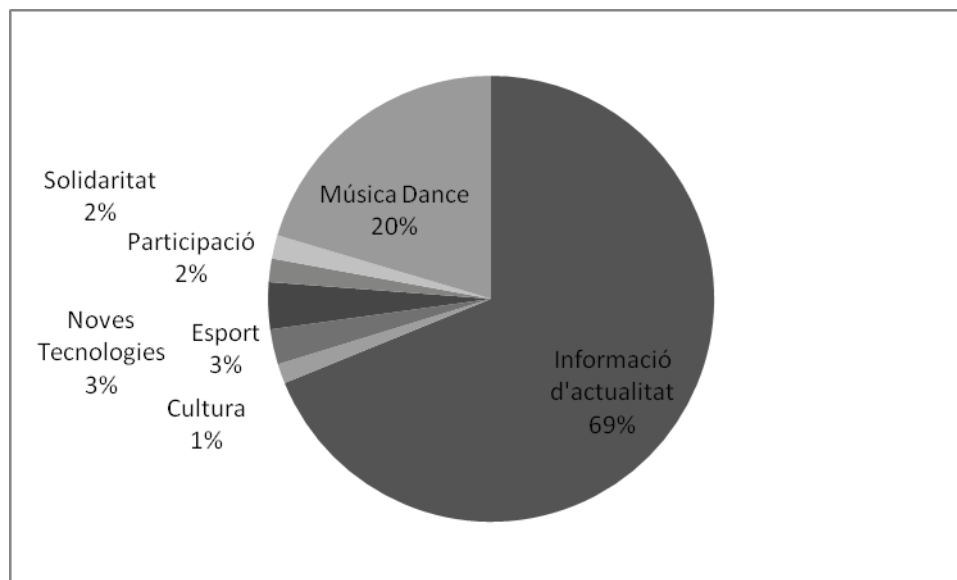


Font: Elaboració pròpia.

L'emissió de música en *continuum*, que ocupa el 41% de l'antena mensual, apareix ubicada els dies feiners en les franges matí (de 07:00 a 12:00 hores) i tarda (de 15:00 a 20:00 hores), encara que en funció de la presència d'algun programa de producció pròpia, aquesta delimitació horària es pot veure alterada. El format es correspon a "[...] música pop. Pot haver-hi unes franges dedicades a la música dels 70 [...]. També es respecten els cànons de música catalana [...]." (J.B.-Ràdio Balaguer). Durant el cap de setmana, el domini de la radiofórmula és absolut durant el dia, a excepció del migdia que s'emet de 14:00 a 15:00 la programació informativa de COM Ràdio. Aquesta estratègia també s'aplica els dies feiners, i les nits i les matinades de tota la setmana queden alliberades per a la connexió amb COM Ràdio.

A la graella, la producció pròpia es concentra bàsicament els dies feiners en els períodes que van entre les 12:00 i les 14:00 i entre les 19:00 i les 20:00 hores. És important insistir que aquesta limitació horària no és rigorosa ja que la convivència entre programes setmanals, quinzenals i mensuals pot modificar-la puntualment. Per l'estudi de la programació de Ràdio Balaguer s'ha desestimat la mirada des de la perspectiva del gènere programàtic, donat que el seu resultat no permetria mostrar l'essència de l'oferta de continguts. Així, s'ha optat per una aproximació mixta que emfatitza el vessant temàtic. La composició de la producció queda reflectida en el gràfic següent.

Gràfic 7. Distribució percentual mensual de temàtiques sobre el total de producció pròpia.



Font: Elaboració pròpia.

La incidència de la informació de proximitat en el conjunt de la resta de la programació de producció pròpia és alta, ja que el plantejament de la majoria de programes té un alt component informatiu especialitzat. Cal remarcar que "[...] hi ha una part de programes que els fan organitzacions i associacions [...], en temes socials i immigració hi ha dos programes, *Creu i Lluna* i *Freqüència social* [...]" (J.M.E.- Ràdio Balaguer). L'anàlisi revela que la categoria solidaritat que acull ambdós programes assoleix el 2% de la producció pròpia.

La finalitat de *Freqüència social* és exclusivament " [...] fer arribar informació sobre els serveis socials en tots els àmbits de la comarca [...], segons

especifica Josep Lluís Bonet, el seu responsable.⁴¹ A través del programa, l'Ajuntament de Balaguer explica als oients quins són els serveis socials de la comarca de la Noguera, com funcionen les diferents ajudes i prestacions i en quins nous projectes s'ha involucrat el consistori o d'altres entitats. S'emet cada primer divendres de mes a les 13:30 hores i es redifon el mateix dia a les 19:30. Entre els temes tractats hi ha la teleassistència, els plans d'ocupació i el projecte anomenat "Encants solidaris", un taller creat per a formar a persones immigrades en la recuperació de mobles, com a una estratègia d'ocupació⁴².

Creu i Lluna és un programa mensual d'aproximadament 40 minuts presentat en forma de tertúlia que s'emet dijous a les 13:30 hores i es redifon el mateix dia a les 19:30 hores. Encara que l'objectiu és donar a conèixer les diferents activitats de Creu Roja Joventut a la Noguera, hi participen com a col·laboradors habituals representants d'associacions autòctones que actuen en l'àmbit de la cooperació. En cada edició s'aborda un únic tema sobre el qual es debat, com ara l'exclusió social o la violència econòmica, entre d'altres. Al llarg del programa, els tertulians poden fer referència a situacions que afectin directament a la població nouvinguda, però sempre a *modus* d'exemple.

Tal i com s'ha comentat amb anterioritat, l'adscripció de l'emissora a l'IMPIC influeix en la filosofia de la seva programació, en la que els temes socials o vinculats a aquests assumptes assoleixen el 2% sobre el total de programació pròpia o, el que és el mateix, a penes un 0,3% sobre el conjunt de la programació. Si bé "[...] l'emissora municipal és la veu –de cara a la ciutat, de cara a l'exterior- de totes les activitats que es porten a terme a la ciutat i a l'IMPIC en particular, no ho té a l'ideari [...]" (J.B.-Ràdio Balaguer). De fet, l'anàlisi indica que la presència d'aquests col·lectius representats per les associacions, certament escasses, o actuant com a qualsevol altre ciutadà no figura com un criteri a treballar des de la producció pròpia.

Segons els responsables dels continguts de Ràdio Balaguer, la raó que no es treballi el criteri presència de la immigració en la producció pròpia, és per una

⁴¹ Entrevista realitzada el 16 de març 2011

⁴² Presentat a l'edició de 14-01-2011.

banda, per l'absència de conflictes socials i, per l'altra, pel contacte de l'emissora amb les entitats de la ciutat.

“[...] no hem tingut problemes de convivència amb cap col·lectiu ni subsaharians, ni magrebins, ni de l'Europa de l'Est. Potser perquè ja estàvem acostumats perquè sempre hi ha hagut una població gitana molt important a Balaguer i mai tampoc no hi ha hagut problemes i s'ha conviscut bé i això potser ha facilitat la convivència amb els nouvinguts. Potser ens ho hauríem hagut de plantejar si hi hagués hagut notícies negatives per equilibrar la balança, però no ha calgut.” (J.B.- Ràdio Balaguer).

“[...] si tenen alguna cosa passen per la ràdio i es pot fer difusió del seu esdeveniment. Si és una informació que a ells els interessa, en general la canalitzen a través de l'IMPIC -perquè generalment és una activitat cultural i necessiten del nostre suport, per exemple en infraestructura- [...]” (J.M.E.- Ràdio Balaguer)

Sota el seu criteri, la presència dels ciutadans nouvinguts que pertanyen a col·lectius estrangers és tractada en positiu, donat la manca de tensió social i de tenir assegurat un canal de promoció de les activitats que organitzen.

“Sí que surten als mitjans, però en positiu: quan es fa la festa africana, quan es fa la festa romanesa –perquè si que es fan les festes romaneses-. Hi ha concerts amb grups de música de Romania, Bulgària, hi ha grups del Marroc, grups de l'Àfrica subsahariana, aquest divendres hi ha un grup de l'Illa de Pasqua al teatre, organitzat per l'associació de l'Àfrica subsahariana.” (J.B.- Ràdio Balaguer).

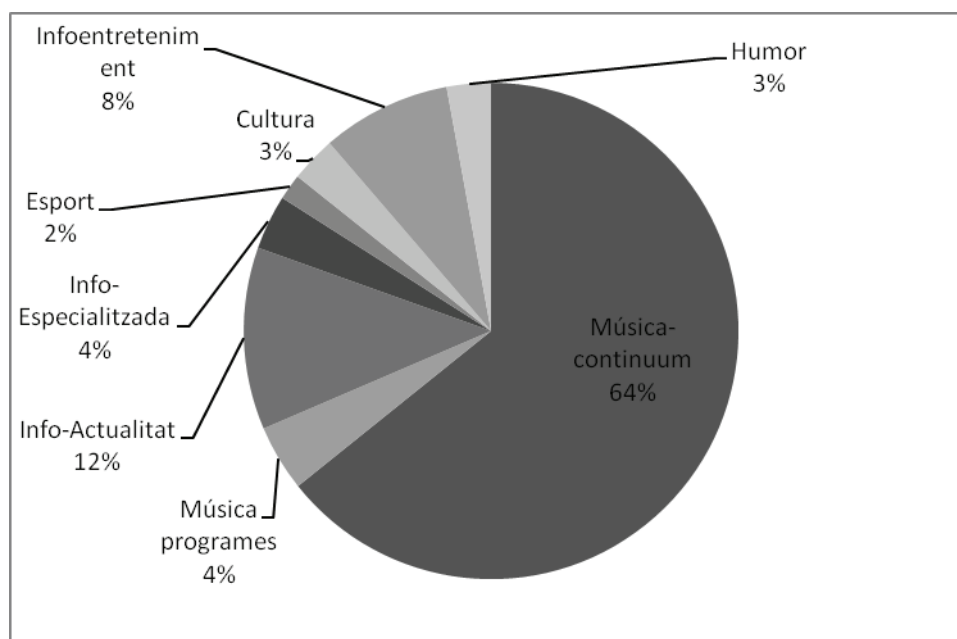
Pel que fa a l'audiència, els responsables dels continguts de Ràdio Balaguer, afirmen que perceben un canvi de costums en relació al consum radiofònic, ja que ara als espais públics, com els bars i botigues, s'ha substituït la sintonia de l'emissora municipal per la de canals de televisió que emeten videoclip.

4.1.1.2. Ràdio Tortosa

Es tracta d'una emissora de titularitat pública que emet en analògic, en *on line*, en directe a través del seu web www.radiotortosa.cat, des del qual també es facilita la descàrrega d'alguns programes. L'organització dels continguts és

setmanal, circumstància que es pot interpretar en clau de programació regular i consolidada. Cal assenyalar que l'anàlisi mostra que cada edició de programa genera dues redifusions, generalment una els dies feiners i l'altra el cap de setmana. La seva incidència és del 4'7% sobre el total de la programació. Ràdio Tortosa també emet producció de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) i també de la Sindicada (COM Ràdio). El nivell de producció pròpia queda situat entorn el 31,3%, i el de música en *continuum* ocupa el 64% (Gràfic 8).

Gràfic 8. Percentatge de presència setmanal dels continguts atenent al gènere programàtic i temàtica



Font: Elaboració pròpia.

A l'anterior gràfic, que mostra com es distribueixen els continguts en el conjunt de la setmana, es pot observar la importància que té la informació de proximitat en el disseny de la programació d'aquesta emissora. El 12% correspon a l'actualitat i el 4% a l'especialitzada, àmbit en el que s'aglutinen temàtiques com el consum, la gastronomia i les noves tecnologies entre d'altres.

La presència de programes en sindicació incideix de diferent manera en funció d'allà on provenguin els continguts. Mentre que la FRLC reforça la informació d'actualitat els dies feiners amb el radiodiari *Antena Local Informatiu* i la

setmanal amb *La caixa dels trons* el cap de setmana, de la Sindicada s'emet *Catsons*, un programa de promoció de la música en català, i *Onescat*, “[...] un curs de català inicial per ràdio adreçat a persones que acaben d'arribar a Catalunya [...] elaborat pel Consorci per a la Normalització Lingüística i enregistrarat i produït per COMRàdio.”, segons s'especifica en el *site* del Consorci⁴³.

De fet, aquest és l'únic programa en el que els ciutadans nouvinguts són els actors principals, a més de l'audiència potencial. Segons Núria Mora⁴⁴, directora de Ràdio Tortosa, en l'ideari de l'emissora es plantegen com objectius ser servei públic a la ciutadania i “[...] referència al territori com a capital de la vegueria”. Aquesta línia d'actuació queda reflectida no només als informatius de proximitat que produeixen sinó també a la majoria de programes de producció pròpia.

Tot i que aquesta temporada, l'emissora no compta amb un programa de producció pròpia sobre immigració, anteriorment s'havia emès “[...] un espai setmanal que es deia *Entre cultures*, cada setmana amb un col·lectiu concret [...] la immigració amb noms i cognoms [...]” (NM- Ràdio Tortosa). La intenció és tornar a recuperar un espai radiofònic pensat en els col·lectius de nous ciutadans. De fet, la ràdio està treballant juntament amb una associació d'ajuda als immigrants en aquest projecte i encara no es pot concretar quines seran les seves característiques.

Ara bé, programes com *L'hora del vermut* d'entrevistes en profunditat, en el que la interculturalitat apareix com un eix temàtic més, o *Bufandes grogues* (de cultura i música) tenen la capacitat d'abordar temàtiques en les que ciutadans immigrants siguin protagonistes. Així, per exemple, han passat pel primer d'aquests programes Mohamed Ait Abou, un marroquí llicenciat en Ciències Econòmiques per la Universitat de Lió, que treballa a Tortosa com a mediador cultural, com també Nassira El Hadri, una estudiant de batxillerat marroquina,

⁴³ < <http://www.cpnl.cat/onescat/> > [Consulta juliol 2010]

⁴⁴ A partir d'ara, s'identificarà com NM-Ràdio Tortosa. L'entrevista a Núria Mora va ser realitzada el 7 de març de 2011.

que ha guanyat el Premi del Consell Interdepartamental de Recerca i Innovació Tecnològica de la Generalitat de Catalunya o el Primer Premi d'Arts i Humanitats del 22è Certamen de Joves Investigadors atorgat pel Ministeri d'Igualtat, gràcies al seu treball de recerca⁴⁵.

A banda de la singularitat d'aquests ciutadans, els fets noticiosos provoquen majoritàriament la presència dels col·lectius d'immigrants en la programació de Ràdio Tortosa, com la presidenta d'una associació de romanesos que s'acaba de constituir. Però també els hàbits i costums culturals esdevenen assumptes principals, com per exemple “[...] l'any nou xinès. Vam parlar amb els membres de l'associació de xinesos. Van estar al magazine matinal que és diu *La punta del diamant*. També quan el Ramadà, ells saben que tenen els micròfons oberts.”(NM- Ràdio Tortosa). Tot i això, és la producció d'informatius o de programes la que provoca aquesta aproximació, ja que “[...] si sols no venen, potser perquè no coneixen.” (NM- Ràdio Tortosa).

En paraules de Núria Mora, directora de Ràdio Tortosa, l'emissora és la primera en el seu àmbit segons les dades d'El Baròmetre del mes de març amb un total de 16.000 oients. Una situació que es repeteix amb dades de la FRLC que la situa com a primera emissora en oients per damunt de Ràdio Sabadell. També afirma que a nivell del Baix Ebre està situada per darrera de Catalunya Ràdio i per davant de la SER. Ara bé, en aquestes dades la incidència dels col·lectius de persones immigrades no apareix disgregat, per la qual cosa el seu seguiment de la programació només es pot valorar per la seva participació en els programes.

4.1.1.3.Ràdio Salt

Aquesta emissora de titularitat pública emet exclusivament en analògic i ocupa un espai informatiu en el *site* de l'Ajuntament, en el que promociona i difon les seves principals activitats i novetats. La seva presència a la xarxa la generen alguns dels seus programes que han desenvolupat webs propis o blocs on es poden descarregar els *podcasts*⁴⁶.

⁴⁵ <<http://www.radiotortosa.cat/ca/programa/hora-del-vermut>> [Consulta Abril 2011]

⁴⁶ <<http://www.viladesalt.cat/default.asp?item=82&path=>> [Consulta Abril 2010]

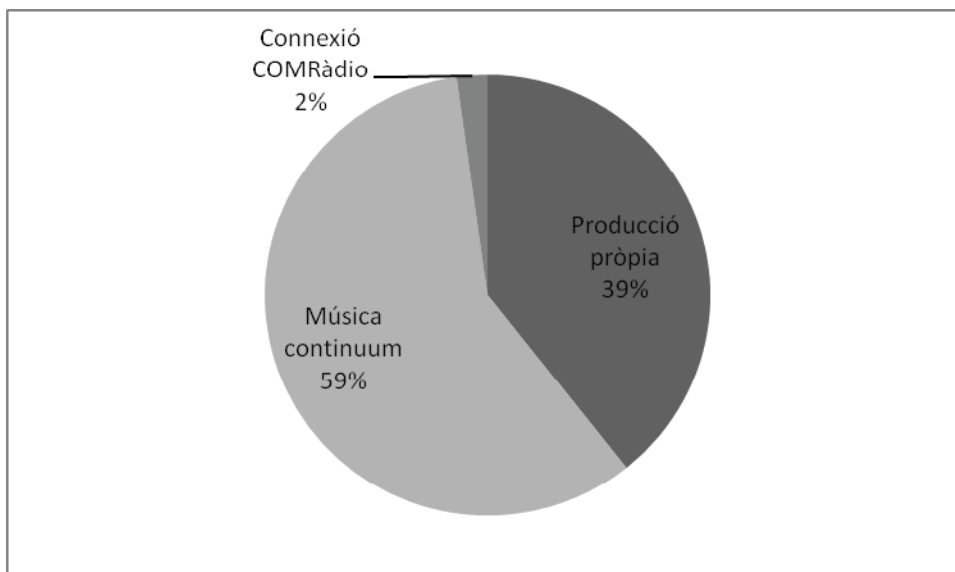
La idiosincràsia de Ràdio Salt fa difícil establir els paràmetres que configuren la seva programació. Com a ràdio pública que es planteja la dinamització cultural com un dels seus principis, fomenta la participació de tot tipus de col·lectius oferint-los la possibilitat de realitzar un programa de ràdio. A la pràctica, això interfereix en la confecció d'una graella estàndard ja que la producció estable és baixa.

La organització de continguts s'ajusta a periodicitat setmanal, quinzenal, mensual i, fins tot, es pot modificar per l'entrada o desaparició d'un programa a meitat de temporada. Això és així, perquè "[...] som com un equip de regional que es dedica a formar gent que marxa [...] tenim molta gent que ha passat per aquí que està treballant en altres mitjans", assegura Jofre Ferrer ⁴⁷ el director de l'emissora. Aquesta circumstància també afecta els col·lectius de ciutadans immigrants que hi col·laboren. De fet, aquest constant devenir és un entrebanc per a la continuïtat, un element imprescindible per a participar a la sindicada: "[...] el problema que tenim és que si et compromets a fer un programa per la sindicada has de garantir una certa continuïtat [...] tenim molta mobilitat de gent que fa els programes i és molt difícil fer una cosa en continuïtat" (JF- Ràdio Salt).

L'emissora inicia l'emissió a les 09:00 hores del matí i la tanca a les 01:00 hores. A excepció dels butlletins horaris i el radiodiari migdia de COMRàdio i la música en *continuum*, la resta de continguts els produeix Ràdio Salt (Gràfic 9.).

⁴⁷ A partir d'ara identificat com JR-Ràdio Salt. L'entrevista va ser realitzada el 14 de març 2011.

Gràfic 9 Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció

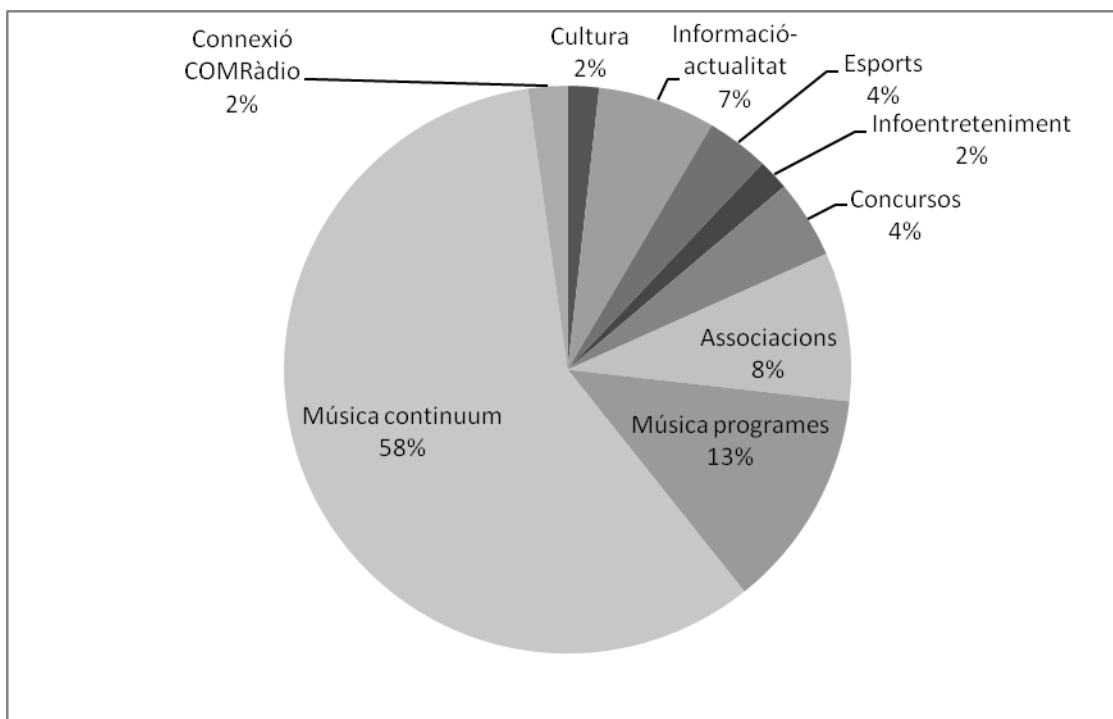


Font: Elaboració pròpia

La música en *continuum* a Ràdio Salt és singular, ja que és resultat d'una selecció que respon a la cerca d'un nou model en el que la diversitat d'estils i d'orígens és la clau. Aquesta iniciativa, endegada fa quatre anys, buscava treballar la interculturalitat amb la introducció de música ètnica. A més la programació, es nodreix d'un volum significatiu de programes musicals realitzats per col·laboradors que aborden diferents estils i propostes.

De la resta de gèneres i temàtiques destaca el 8%, tipificat com associacions, ocupat per les produccions que realitzen les diferents entitats del municipi. La informació d'actualitat, esports, concursos i cultura configuren una graella en la que la majoria de programes són de freqüència setmanal. El següent gràfic mostra la composició de l'oferta de Ràdio Salt segons gènere i temàtica.

Gràfic 10 Percentatge de presència setmanal dels continguts atenent al gènere programàtic i temàtica.



Font: Elaboració pròpia.

La normalització lingüística i la dinamització del municipi continuen figurant en el seu ideari com les línies principals de treball de Ràdio Salt. Aconseguir ambdós objectius és una tasca diària que, per una banda, es concreta fent el català llengua vehicular “ [...] malgrat tenir persones de setanta nacionalitats diferents [...]”(JF- Ràdio Salt), i d'altra, potenciant la connexió amb les associacions i entitats veïnals donant-los veu o oferint-los la possibilitat de realitzar espais propis. També, “els formem en tocar els aparells i al mateix temps els donem quatre nocions de com es fa ràdio [...]. També ens trobem que molts han fet ràdio al seu país i ja porten un bagatge.” (J.F.- Ràdio Salt).

La normalització lingüística i la dinamització del municipi continuen figurant en el seu ideari com les línies principals de treball de Ràdio Salt. Aconseguir ambdós objectius és una tasca diària que, per una banda, es concreta fent el català llengua vehicular “ [...] malgrat tenir persones de setanta nacionalitats diferents [...]”(JF- Ràdio Salt), i d'altra, potenciant la connexió amb les associacions i entitats veïnals donant-los veu o oferint-los la possibilitat de realitzar espais propis. També, “els formem en tocar els aparells i al mateix

temps els donem quatre nocions de com es fa ràdio [...]. També ens trobem que molts han fet ràdio al seu país i ja porten un bagatge.” (J.F.- Ràdio Salt).

Aquesta temporada són tres els programes que es centren en la immigració.

- *Almohajir*. El realitza una associació marroquina que es dedica a ensenyar àrab als nens i que utilitza la ràdio com a eina pedagògica, animant als alumnes a formar part del programa.
- *Salt de sons*. Aquest programa conduït per un grup de noies d'origen marroquí, que pertanyen a l'associació Magrebins sense fronteres, presenta música i tracta temes d'actualitat que interessin als joves⁴⁸. Aquest enfocament és, en part, conseqüència de l'arrelament al municipi: “[...] cada cop hi ha més gent que hi porta més anys [...]” (J.F.- Ràdio Salt).
- *El mon a Salt*. Realitzat per l'associació Eina i premiat pel GREC -entitat especialitzada en la prevenció, resolució i gestió alternativa de conflictes-⁴⁹, aquest programa desapareixerà de la graella com a conseqüència de la falta de subvencions que el feien possible. La millora de la llengua catalana entre els joves nouvinguts com a estratègia per a la integració és el seu objectiu principal.

A banda, s'està gestant un altre projecte que “[...] serà cultural gambià, d'ajuda a la comunitat i per donar informacions d'interès d'ells” (JF- Ràdio Salt). El respecte al català com a llengua vehicular no desanima a les associacions d'origen africà, mentre que pot esdevenir una dificultat per les llatinoamericanes “[...] perquè els costa més adaptar-se amb el tema lingüístic, perquè com ja s'entenen [...]” (JF- Ràdio Salt). Però l'absència de programes liderats per ciutadans llatinoamericans, obeeix a altra raó “[...] han fet dues o tres emissores pirates que funcionen amb música llatina” (JF- Ràdio Salt).

La relació ràdio i escola és una estratègia de treball que abunda en l'aprenentatge i millora de la llengua catalana en un municipi en el que els immigrants suposen quasi el 45% de la població. El grau de satisfacció per

⁴⁸ *Salt de sons* és l'evolució d'un altre programa *Sense fronteres*, un programa de servei a la comunitat marroquina.

⁴⁹ <http://www.viladesalt.cat/default.asp?item=82&path=> [Consulta Març 2011]

l'èxit d'iniciatives com *La veu de tots* és alt, perquè "[...] fan un programa de ràdio en català, [...] és molt maco perquè venen 15 nanos absolutament barrejats i tots ho fan perfectament en català." (JF- Ràdio Salt).

En l'àmbit dels programes informatius, la presència de la immigració també està assegurada, però no només pels conflictes que, en ocasions, han traspassat, mediàticament parlant, els límits del municipi, sinó també per les activitats culturals i de lleure que organitzen les associacions i entitats. Del circuit i flux informatiu, se'n fa responsable la pròpia emissora "[...] si veiem un cartell que anuncia una activitat en una botiga, jo agafo el mòbil, el retrato, incloc aquella informació a les agendes i ens posem en contacte amb l'entitat perquè ens ho expliqui". (JF- Ràdio Salt). A més, cada inici de temporada, l'emissora s'adreça a les associacions i entitats de Salt per a recordar-los que la ràdio està a la seva disposició, ja sigui per a la producció de programes o per a fer-se ressò de les seves activitats.

La plantilla de Ràdio Salt està formada per un periodista -el director- i dues persones sense formació periodística. Enguany ha incorporat un becari, oriünd de Guinea Equatorial, per un període de sis mesos.

En referència a l'audiència, el director de l'emissora valora positivament la penetració entre els ciutadans immigrants en termes de participació i destaca algunes dificultats entre els autòctons. Ara bé, en general, la seva percepció és que l'esforç per construir una radiofórmula musical en clau intercultural no s'ha traduït en un augment d'audiència, més aviat tot el contrari.

"Hem perdut molta gent que ens escoltava perquè li molesta sentir música d'altres cultures i tampoc ha tingut l'efecte contrari de que molta gent ens escolti perquè pot sentir música del seu país perquè ja la troba per Internet i en el Youtube i té molts altres mitjans. Per tant no hem aconseguit l'efecte que volíem. Ho hem fet durant quatre anys i em sembla que la cosa està prou provada." (JF- Ràdio Salt).

" [...]ja un botiguer no li agrada que li soni una cançó en àrab a la seva botiga i s'enfada i canvia d'emissora. (JF- Ràdio Salt).

Aquestes reaccions negatives fan necessari el replantejament de la radiofórmula, ja que l'estratègia programàtica sembla haver fracturat el vincle identitari entre els autòctons i, paral·lelament no ha despertat interès entre els immigrants. La següent anècdota resumeix la crispació que han generat els continguts musicals de l'emissora.

“L'altre dia va trucar una persona absolutament indignada que estava tipa que poséssim “música mora” . I jo miro l'ordinador i li vaig dir: “Perdona és un grup valencià [...] el que passa és que és música mediterrània i te ressonàncies àrabs”. La Maria del Mar Bonet en té alguna que ... però, no és àrab i es va quedar de pedra.” (JF- Ràdio Salt).

La manca de dades provinents d'estudis de mesura d'audiències es substitueix per altres sistemes, potser poc científics, però que donen una idea de l'acceptació de la programació entre els ciutadans. Davant situacions conflictives, Ràdio Salt esdevé la plaça pública on la població debat i argumenta, però també en altres moments mostra uns peculiars vincles emocionals, que fins i tot, sense disposar d'espai a Internet han detectat tenir seguidors fóra del municipi.

“No tenim dades d'audiència, però per les trucades. [...] Per exemple l'altre dia vàrem rebre trucades d'Alemanya i vàrem al·lucinar, i la setmana anterior [...] hi havia una altra trucada de Bèlgica però clar, nosaltres no emetem per Internet.[...] I al final vaig preguntar a un dels responsables del programa i em diu: No, és que n'hi ha un d'aquí que posa la ràdio davant de l'ordinador i els hi passa a amics seus que senten la ràdio per l'Skype. És gent que ha viscut a Salt i que es relacionen i per exemple, diuen: Mira trucaré per felicitar l'aniversari de la tieta Jasmina i la tieta Jasmina posa la ràdio des de Bèlgica i escolta la dedicatòria. Sí, sí hi ha resposta, hi ha moviment, el que passa és que no te la puc quantificar.” (JF- Ràdio Salt).

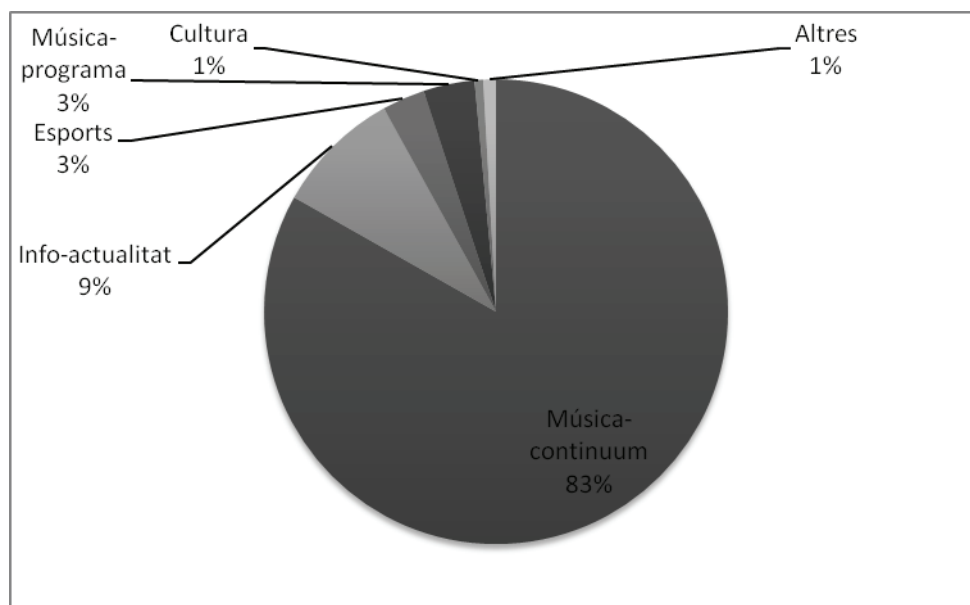
3.1.2. La ràdio privada

3.1.2.1. Ràdio Vic

És una de les dues emissores locals privades que operen a la ciutat de Vic. Actualment forma part del projecte Osona comarca, encara que els seus inicis es remunten a uns 50 anys aproximadament. Emet per analògic i on line en

directe, a través del web del grup <http://www.asonacomarca.com/>. Tal i com es pot observar al gràfic següent, la incidència de la música en *continuum* sobrepassa el 80% de la seva oferta de continguts.

Gràfic 11. Percentatge de presència setmanal dels continguts atenent al gènere programàtic i temàtica.



Font: Elaboració pròpia⁵⁰.

El 9% de presència d'informació d'actualitat s'ofereix fonamentalment en forma de butlletins i de tertúlies. Pel que fa a programes centrats en la immigració i la cohesió social, en el moment de la recollida de dades, no se'n detecta cap⁵¹.

3.1.2.2. El 9 FM

Aquesta emissora privada de la ciutat de Vic endega les seves emissions a principi del 2010 amb l'objectiu de cobrir analògicament en un futur la comarca d'Osona. Emet en analògic i on line en directe, a través d'una finestra del web del grup El 9 NOU http://www.el9nou.cat/el9fm_directe.php, grup mediàtic al qual pertany.

⁵⁰ La informació per a l'elaboració d'aquest gràfic s'ha aconseguit via e-mail, ja que no ha estat possible la realització d'una entrevista, malgrat la insistència de l'equip de recerca.

⁵¹ La Regidoria d'Acció Social i Ciutadania promou el programa *Va de 300* en el que participen associacions i entitats de Vic. Segons l'Ajuntament s'ofereix a través de Ràdio Vic, però al web de [asonacomarca.com](http://www.asonacomarca.com) no apareix entre l'oferta.[Consulta Novembre 2010].

La música en *continuum* ha estat des d'un principi la clau de la seva programació, que ha complementat amb l'emissió simultània d'alguns programes d'El 9 TV. No ha estat fins el mes d'abril del 2011 que ha estrenat el programa *L'hora de la veritat*, de caràcter informatiu. Ateses les circumstàncies, no s'ha detectat cap programa que giri entorn l'eix temàtic immigració i cohesió.

En referència si entre la seva audiència, han observat la presència de ciutadans nouvinguts, Josep Comajoana, director gerent⁵², manifesta no disposar de cap estudi concret que permeti valorar aquesta casuística. A més, comenta que les dades que els proporciona El Baròmetre no estan "[...] tan reforçades: tipus de població i tot això. Et donen hores, dies i audiència."

4.1.3. Les plataformes de producció i distribució de continguts radiofònics de proximitat: FRLC i Sindicada.

La FRLC (Federació de Ràdios Locals de Catalunya) va néixer l'any 1996 amb l'objectiu de potenciar la comunicació radiofònica de proximitat i, en l'actualitat, està integrada per un centenar d'emissores locals i associacions dels Països Catalans. La federació ofereix assessorament i formació tan als professionals com a els col·laboradors de les emissores i, a més, subministra programació de suport⁵³.

El maig del 2008 va presentar el Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública en el que, a banda, de realitzar-se una instantània del moment que vivia la ràdio municipal, es recomanaven línies d'actuació per a millorar l'estat de la comunicació radiofònica local. Enguany, la FRLC ofereix en paraules del seu gestor de continguts, Francesc Tubau⁵⁴ "[...] programació de suport, creiem que l'estrella de la ràdio local és la programació que cal fer del territori". Partint d'aquesta perspectiva, distribueixen⁵⁵ *Antena Local Informatiu* i *La caixa dels trons*, que la pròpia federació defineix com continguts informatius amb marca local. També faciliten "[...] altre tipus de programació que és aquest altre tipus

⁵² El 9 FM no compta amb un gestor de continguts propi en el moment de l'entrevista.

⁵³ <<http://www.radiolocal.cat/>>

⁵⁴ A partir d'ara, s'identificarà com F.T.- FRLC. L'entrevista va ser realitzada el 28 de març 2011.

⁵⁵ La producció és de REDBACK per a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya.

de contingut que fan des de les pròpies emissores, que no tenen contingut local, i que pot ser d'interès per altres emissores [...]". (F.T.- FRLC). Malgrat aquesta facilitat, només Ràdio Tortosa ha incorporat els programes informatius, ja que ha optat per produir la resta incidint així sobre els esdeveniments polítics, econòmics i culturals del municipi i l'entorn més pròxim. En aquest àmbit i centrats en la immigració, es destaca *Avui xerrem*, una producció de Sants 3 Ràdio, i les microcàpsules *Vivim junts*, encara operatives, que van produir per "[...] la Secretaria per a la Immigració i ara amb el departament de Benestar Social i Família." (F.T.- FRLC). Cap de les emissores analitzades els han incorporat a la seva oferta.

La Sindicada⁵⁶, una iniciativa de COMRàdio, entra en funcionament el setembre del 2009 amb l'objectiu d'actuar de plataforma d'intercanvi de programes entre les emissores que formen part del Consorci de Comunicació Local. De fet, actua com a una intranet en la que les emissores consorciades poden accedir al material que COMRàdio ha dipositat i al que han lliurat altres emissores. Aquesta última funció és la que dona el sentit final aquesta plataforma, encara que també s'ofereix assessorament legal, formació *on line* i servei de llengua catalana.

Pel que fa a les característiques dels programes que les emissores dipositen, des de COMRàdio es demana continuïtat en el temps però també "[...] que tinguï vigència més enllà del seu municipi [...]", segons assegura Núria de José, directora de continguts de COMRàdio⁵⁷. Tot i l'àmplia oferta de la Sindicada, únicament dos programes han estat integrats a la graella de Ràdio Tortosa, ambdós produïts per COMRàdio. Cal assenyalar que la tipologia de programes és força àmplia, ja que cobreix des de continguts culturals passant per viatges i, fins i tot, música. En aquest àmbit, es localitzen el títol *Un canto de amistad*, una producció de Ràdio Sant Boi que també emet LatinCOM, que cap de les emissores analitzades ha incorporat a la seva programació.

⁵⁶ <<http://www.sindicada.com/>>

⁵⁷ A partir d'ara s'identificarà com NDJ-COMRàdio. L'entrevista va ser realitzada el 18 de febrero de 2011.

4.1.4. Eix temàtic immigració i cohesió social a la ràdio local: resultats.

L'anàlisi de la programació de les ràdios locals que formen part de la mostra, en primera instància, evidencien que les estratègies de les privades i públiques són diferents, encara que atribuir aquest comportament a la titularitat és, de moment, una feble argumentació. De fet, la joventut dels projectes analitzats, tot i que una de les emissores, Ràdio Vic, compta amb uns 50 anys d'experiència, obliga a ser cautelosos a l'hora de valorar les seves estratègies.

La transversalitat de la temàtica en el conjunt de la graella com una eina de representació del teixit social sorgit dels significatius índexs de presència de població immigrada no s'ha incorporat com a principi en l'ideari de cap de les programacions analitzades. Tot i això, les emissores públiques amb un índex més alt de producció pròpia Ràdio Salt i Ràdio Tortosa, si s'exceptua la música en *continuum*, mostren una major capacitat per a la visualització d'aquests ciutadans.

Aquesta representació no és homogènia en la forma, ja que es regeix per diferents paràmetres:

- La incorporació mitjançant programes realitzats per associacions i entitats de ciutadans immigrants. A la llum de les dades de l'anàlisi, aquesta fórmula tendeix a desaparèixer ja que únicament s'han detectat mostres a Ràdio Salt, justament, l'emissora del municipi amb l'índex més alt de població immigrant (44,39%).
- La promoció d'activitats culturals és una dinàmica molt generalitzada, fins i tot en aquelles emissores amb percentatges baixos de producció pròpia. Clar que la quantitat i qualitat del tractament radiofònic depèn en bona part de l'interès i de les facilitats que es posin a l'abast dels organitzadors d'aquests esdeveniments. L'anàlisi ha mostrat com en la majoria de les ràdios s'espera una actitud proactiva per part d'aquests col·lectius, partint de la base que són ells

els més interessats en donar a conèixer les activitats, encara que aquestes estiguin adreçades a tota la ciutadania.

- La focalització sobre persones que destaquen socialment per la seva activitat professional o per altre casuística. Aquesta circumstància també és plantejada pels responsables de continguts com una demostració de la integració. Sense treure importància a aquesta estratègia, cal considerar-la com una representació de l'excepció accentuada per la manca de transversalitat.

El més significatiu, però, és com la perspectiva informativa continua dominant la producció de continguts propis relacionats amb la influència positiva o negativa dels immigrants en la cohesió social del municipi. Les rutines de producció informativa de la majoria de les emissores analitzades reconeixen que el criteri conflicte/tensió social determina la presència radiofònica d'aquests col·lectius. Tant és així, que l'absència de situacions complexes que puguin ser objecte d'atenció mediàtica i que alterin la convivència i la cohesió social, s'interpreta com a sinònim d'integració.

La reduïda plantilla de professionals de les ràdios locals, sobretot de les públiques, esdevé un argument per a justificar la falta d'un treball de camp sobre el territori que aprofundís sobre els valors de la cohesió i la convivència, fomentant la relació entre els autòctons i els nouvinguts. Sorprèn aquesta reacció quan part de la programació de públiques i privades pot ser complementada amb els recursos de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) i la plataforma d'intercanvi de continguts Sindicada del Consorci de la Comunicació Local.

Les dades han evidenciat que la presència de producció provinent de les dues plataformes de producció de continguts, Sindicada i FRLC, és inexistent en alguns casos i baix en d'altres. Altra cosa és l'emissió simultània de COMRàdio que, segons el percentatge, pot acabar per desvirtuar la concepció local de la pròpia emissora.

4.2. L'oferta de continguts de la televisió local i comarcal.

4.2.1. La televisió pública

4.2.1.1. Tac 12 (Televisió del Tarragonès, Alt Camp i Conca de Barberà)

Tac 12 és una televisió de titularitat pública que depèn del Consorci format per set municipis de les 3 comarques (Constantí, Montblanc, Salou, Tarragona, Torredembarra, Valls i Vila-seca), anomenat TACOALT⁵⁸. Com a nom del canal es va decidir la simplificació TAC, i 12 per atorgar-li un número al comandament que fos fàcil de memoritzar. Es dona la circumstància que dins del mapa de la TDT a Catalunya és l'única televisió pública d'àmbit de cobertura de 3 comarques (Alt Camp, Conca de Barberà i Tarragonès) les altres o bé cobreixen una o dues comarques, o un municipi (Badalona, Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, i Reus)⁵⁹.

L'ideari del canal es basa en la proximitat però sobretot amb l'objectiu principal de crear vincles de connexió territorial en el Camp de Tarragona. Però, el desplegament de la TDT ha generat un solapament "[...] amb l'altra demarcació de Baix Camp i Priorat, on es van programar dos públics i dos privats de TDT, però el previst per a l'Ajuntament de Reus no ha entrat en funcionament i un dels dos privats també ha tancat [...]", segons explica Xavier Abelló, director gerent de Tac 12⁶⁰.

Tot i que la competència més directa és Canal Reus, de titularitat privada, al territori actuen altres canals privats de TDT, Canal Català Tarragona, i Teletaxi TV, amb una programació més basada en l'entreteniment. L'existència d'un canal de televisió de proximitat que cobreix la comarca del Camp de Tarragona

⁵⁸ Cal destacar també que dels 7 municipis que integren el Consorci, n'hi ha 5 que tenen emissora de ràdio municipal i que estan integrades a nivell de cobertura de notícies. No en tenen ni Salou, ni Vila-seca.

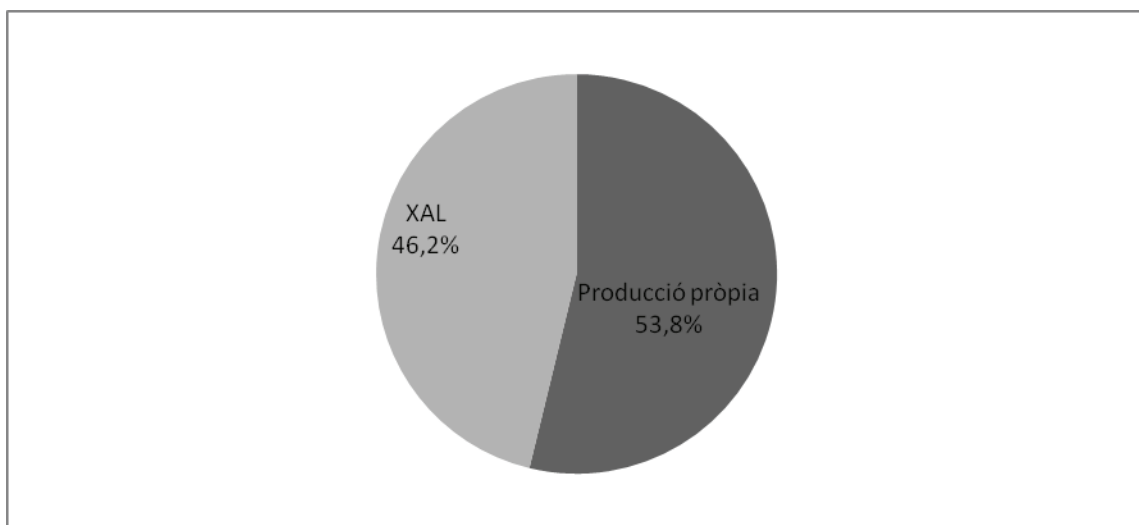
⁵⁹ TAC 12 també té la singularitat que els municipis que formen el Consorci estan governats per tres forces polítiques diferents (CiU, PSC i ERC).

⁶⁰ A partir d'ara s'identificarà com X.A. –Tac 12. L'Entrevista a Xavier Abelló va ser realitzada el 29 de març de 2011.

és considerat molt positivament. Primer, perquè fins ara el territori no havia disposat d'una televisió pròpia i, segon, “[...] perquè les garanties de servei públic que dona la televisió pública, no les pot donar la privada.” (X.A. –Tac 12). En aquest sentit, destaca l'interès del canal per la informació encara que s'és conscient que els recursos són més limitats que el dels canals privats. En ocasions, altres televisions els demanen la cobertura d'esdeveniments de la comarca.

El model de programació és generalista amb voluntat de servei públic, sobretot als programes informatius, però també ofereix entreteniment, ficció, esports, cultura, divulgatius i infantil. La programació es compon de producció pròpia i de producció aliena provinent de la XAL amb uns percentatges força similars, tal i com reflecteix el gràfic 12. En tots dos tipus de producció, s'aplica l'estratègia de la redifusió.

Gràfic 12. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font: Elaboració pròpia.

Des del vessant de la producció, cal destacar l'experiència de coproducció amb Canal Blau – Maricel TV de Vilanova i la Geltrú de *Gaudeix la festa*, un programa sobre les festes populars. Aquest aclariment és important perquè al site de xip/tv només consta el nom de Canal Blau. En la seva vinculació amb l'entorn, Tac 12 ha signat un conveni de col·laboració i acord de producció conjunta amb la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat

Rovira i Virgili de Tarragona, que permet al canal fer servir els platós universitaris.

La programació completa de TAC 12 està disponible en Internet a través de la xarxa xip/tv, on segmenten la informació per les 7 ciutats i zones d'influència per facilitar la descàrrega directament, sense necessitat de veure el conjunt de notícies o vídeos. A més, alguns programes o vídeos es poden trobar al Youtube i al Facebook.

Pel que fa a la presència i tractament de l'eix temàtic immigració i cohesió social, TAC 12 emet de la plataforma XAL *Civilis*, que mostra experiències en les que els seus protagonistes són ciutadans autòctons i nouvinguts. El programa mostra la vida quotidiana i fa visible una societat plural i diversa. També de XAL, la passada temporada es va difondre *Immiguiants* on un nouvingut explica la ciutat on viu i el seu dia a dia.

Aquesta temporada, a més, TAC 12 compta amb un programa de producció pròpia titulat *Identitats* en el que “[...] pot incloure la immigració i la interculturalitat [...] per exemple amb una entitat de Montblanc hem fet una sèrie de 5 col·lectius d’immigrants de la capital de la Conca de Barberà amb imatges també dels països d’origen”. (X.A. –Tac 12). El canal no té el propòsit de produir programes interculturals, però sí que manifesta que el seu deure com a servei públic és reflectir la realitat i “[...] donar servei als nouvinguts, només faltaria, són també ciutadans amb els mateixos drets i deures que nosaltres [...]”. (X.A. –Tac 12). Celebracions com el Ramadà o d’altres activitats d’interès pels diferents col·lectius d’immigrants, són ateses pel servei informatiu del canal, que consideren que “[...] en aquest territori els nouvinguts estan molt organitzats. [...]”. (X.A. –Tac 12). Col·lateralment poden sortir temàtiques relacionades amb la interculturalitat i immigració en els programes *Saló de plens* que informa de l’activitat als 7 consistoris i *12 qüestions*, un debat sobre l’actualitat.

S’ha de precisar que la producció d’informatius es va atorgar, després d’un concurs públic, a una UTE formada per tres productores: Iniciativa de Televisió

(que gestiona el Canal Reus TV) Pro-crea de Valls i Mediaframe de Tarragona. També treballen amb un parell de productores locals més, quan ho necessiten.

4.2.2. La televisió privada.

4.2.2.1. Lleida TV.

Lleida Televisió és un canal de titularitat privada propietat del grup multimèdia que “[...] pertany al grup del diari Segre, que és el mitjà originari del grup. D’ell pengen altres mitjans i Lleida TV és el més important en quant a audiència i en quant a rellevància”, segons explica Joan Cal ⁶¹, director executiu de Lleida TV. Respecte a la programació, “[...] tenim 5 hores de producció pròpia al dia, i també passem programes de Comunicàlia i de la XAL. Som una empresa que ve de la informació i tenim més per la mà fer informació que no pas entreteniment” (J.C. –Lleida TV).

Es pot accedir a la programació de Lleida TV a través de la xarxa xip/tv, i també de la xarxa social Facebook, de la mateixa manera que alguns programes estan disponibles en Youtube. La llengua vehicular és el català i l’àmbit de cobertura és el Segrià, Urgell, Segarra, Noguera, Garrigues, Pla d’Urgell i Val d’Aran.

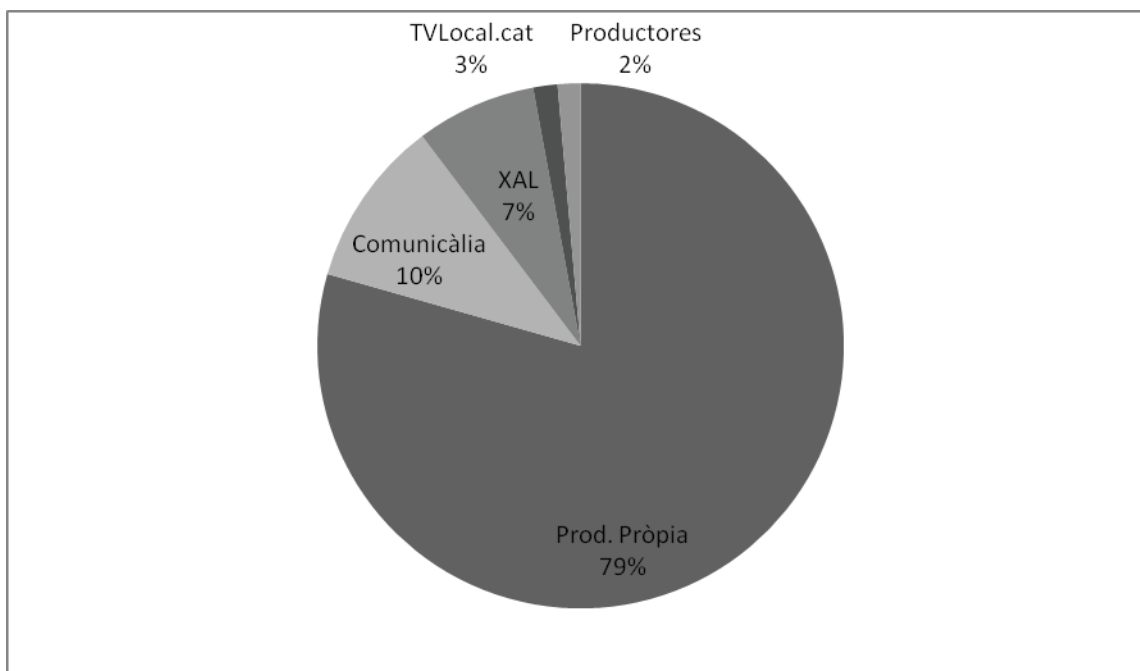
Segons el seu web⁶², Lleida TV inicia l’emissió a les 07:00 hores del matí i l’últim programa finalitza a les 02:00 de la matinada. Un total doncs d’unes 19 hores que inclouen també la redifusió de diversos programes. L’estudi de l’oferta posa de manifest que la producció pròpia assoleix el 79% sobre el total de la programació, inclosos els programes que es repeteixen, com mostra el gràfic següent⁶³.

⁶¹ A partir d’ara s’identificarà com J.C. –Lleida TV. L’entrevista es va realitzar el 16 de març de 2011.

⁶² <http://www.segre.com/litv_gaella.html>

⁶³ Per ampliar informació sobre la programació de Lleida TV <<http://www.segre.com/fileadmin/multimedia/LleidaTV/promos/lleidatv.pdf>>

Gràfic 13. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font: Elaboració pròpia.

A nivell de producció externa, cal destacar que Lleida TV, com la majoria de televisions locals i comarcals públiques i privades, també emet programes de les plataformes de distribució de continguts Xarxa Audiovisual Local (XAL) i Comunicàlia, del grup de TVLOCAL.CAT ⁶⁴ i, en menys proporció, de TDI (Televisions Digitals Independents) un altre grup de televisions privades de TDT⁶⁵.

El model de programació de Lleida TV és generalista i la llengua vehicular és el català. Integren la graella programes informatius, culturals, musicals, esports, infantils, divulgatius i concursos. Però també s'acaben d'omplir les hores de

⁶⁴ El grup TVLOCAL.CAT el formen les televisions privades de Canal Reus, Girona TV, Mataró TV, Olot TV, El 9 TV, TV Manresa i Lleida TV

⁶⁵ Televisions Digitals Independents (TDI) està compost per 15 canals que emeten a diverses zones de Catalunya, Comunitat Valenciana, Balears, Sud de França i Sardenya.

programació amb espais de televenda i videoclips musicals. En el capítol de la informació, ofereix dos telenotícies diaris - un al migdia i l'altre al vespre- amb sengles redifusions. A més, cal destacar que es fan retransmissions esportives dels equips de la zona i programes especials d'activitats ciutadanes, tot a través d'una unitat mòbil amb 4 càmeres.

Pel que fa als programes d'eix temàtic immigració i cohesió social “[...] hi ha una persona que dirigeix un magazine de tarda (*Cafeïna*) que té col·laboradors de procedència estrangera (nord-africans, magrebins). És una persona que sempre ha tingut una especial sensibilitat pel tema i que precisament com a conseqüència d'això ha posat en marxa fa uns 6 mesos un programa que es diu *Mirades*, que és quinzenal d'uns 12 minuts on s'intenta normalitzar el paper de les persones estrangeres com a generadores de solidaritat –no com a receptores de solidaritat- per exemple: gent que col·labora en tal cosa al seu barri. És a dir, és buscar gent que siguin un exemple d'integració, un exemple d'irradiar activitat solidària cap al seu entorn. [...]”. (J.C. –Lleida TV)

De moment, s'han emès set edicions del programa *Mirades* que es va incorporar a la graella el 14 de gener de 2011. A partir del seu visionat mitjançant la xarxa xip/tv de distribució de continguts per IP⁶⁶, s'ha observat que els protagonistes dels programes han estat ciutadans de diferents orígens i trajectòries professionals: dues dones de Mali, una dona del Senegal que treballa de medidora cultural en un CAP de Lleida, una dona de Colòmbia que treballa amb una ONG, un home d'Uruguai, un home de Marroc que té una carnisseria i un metge del Perú (que va ser el primer programa). Tots ells s'expressen en català, uns més correctament que altres, i només una de les dones originàries de Mali mescla algunes paraules de castellà. En l'últim minut del programa, hi ha una secció fixa que es titula *Sac solidari* i que es defineix segons la presentadora com a: “conjunt de recursos i materials per a la sensibilització i educació per al desenvolupament”.

⁶⁶ <[http://www.segre.com/index.php?id=1234&tx_ttnews\[tt_news\]=101435](http://www.segre.com/index.php?id=1234&tx_ttnews[tt_news]=101435)>

Un cop analitzat el magazine *Cafeïna*, es pot constatar que el programa tracta de forma transversal tot tipus d'activitats ciutadanes protagonitzades o no per ciutadans estrangers. Hi surt representat tot el teixit social “[...] hi ha col·laboradors, gent que perquè en un moment donat fan una activitat, convoquen una festa, [...]. La festa dels malians de Lleida, doncs hi ha un espai perquè els malians s'expliquin [...] El dia de l'Equador i els equatorians expliquen no se què, un projecte en el que participa l'associació de veïns de tal poble. Aquestes petites qüestions tenen vida al magazine.” (J.C. –Lleida TV)

Respecte a l'ideari del canal i del grup no hi ha “[...] una manifestació pública d'un determinat ideari. El que hi ha és una adhesió als principis del codi deontològic del Col·legi de Periodistes, i al Consell de la Informació de Catalunya, per tant això vol dir que tot el que hi ha de respecte a la diferència és al codi i està assumit pel mitjà. Aquesta és la manera més explícita d'explicar la nostra línia editorial [...]”. (J.C. –Lleida TV)

Tot i els dos programes citats amb relació a la temàtica del fet migratori i els ciutadans nouvinguts, el canal no té una estratègia específica sobre la interculturalitat “[...] no hi ha una política concreta cap als nouvinguts, no hi ha un espai que puntualment s'hagi dedicat als ciutadans arribats d'altres llocs, els programes que estan en marxa s'han fet amb col·laboració amb l'àmbit de serveis personals de l'Ajuntament de Lleida.” (J.C. –Lleida TV). Ara bé, els immigrants esdevenen font d'informació i, fins i tot, poden ser convocats per a participar en una tertúlia. El funcionament clàssic, en aquests casos, és contactar “[...]directament amb els col·lectius amb els que ja hi ha certa vinculació, amb els que has tingut relació altres vegades, perquè vinguin a un programa, per consultar-los per una determinada notícia.” (J.C. –Lleida TV). És a dir, el coneixement mutu reforça aquesta col·laboració. D'altra banda, a la plantilla de la televisió no hi ha contractada cap persona estrangera.

Sobre els aspectes polèmics que últimament han estat presents en el debat ciutadà, com la mesquita, el burca o el racisme i la xenofòbia, etc., el plantejament de Lleida TV ha estat el de considerar que “[...] la pràctica de la religió pertany a l'àmbit privat, en el que l'administració no hauria d'intervenir, ni

tan sols per prestar espais, si ho fa en una religió hauria de fer-ho a les altres, almenys d'una manera proporcional.” (J.C. –Lleida TV). Segons el seu punt de vista, l'actuació de l'administració ha acabat en una humiliació a la dona quan, en realitat, “[...] el que s'hauria de perseguir són determinades pràctiques religioses i no prohibir a la dona entrar amb el vel en determinats espais públics sinó perseguir a aquells que la obliguen. [...]”. (J.C. –Lleida TV).

A nivell d'ideari, Lleida TV ha volgut deixar clara la seva posició respecte al partit Plataforma per Catalunya; en aquest sentit ja en les anteriors eleccions municipals, fa 4 anys, “[...] nosaltres la única qüestió des del punt de vista polític ha estat, i així ho vàrem notificar a la Junta Electoral Provincial que no donàvem informació, ni convidàvem als programes ni a les entrevistes, ni als debats a Plataforma per Catalunya, pel seu ideari xenòfob.” (J.C. –Lleida TV). Així, tot i l'absència d'un principi específic sobre la presència i tractament de la immigració en els principis que sustenten els continguts, Lleida TV ha optat per un posicionament clar front a actituds que finalment no beneficien la convivència i la cohesió social.

4.2.2.2. Televisió de Girona.

És un canal de titularitat privada que té com únic accionista al grup Valvi “[...] que no només són supermercats, té fundacions, té pisos, té constructores i té un grup de comunicació local. Vàrem agafar Canal Nord de Figueres perquè era una televisió que anava a desaparèixer. Nosaltres estem enfocats a informar de tot el que passi a la nostra demarcació (Gironès, Pla de l'Estany, Alt Empordà i Baix Empordà)”, així ho explica Àlex Martí⁶⁷, director de TV de Girona i del Canal Nord de Figueres. La llengua vehicular és el català, encara que algun dels convidats pugui expressar-se en castellà. Hores d'ara, no hi ha cap persona estrangera a la plantilla.

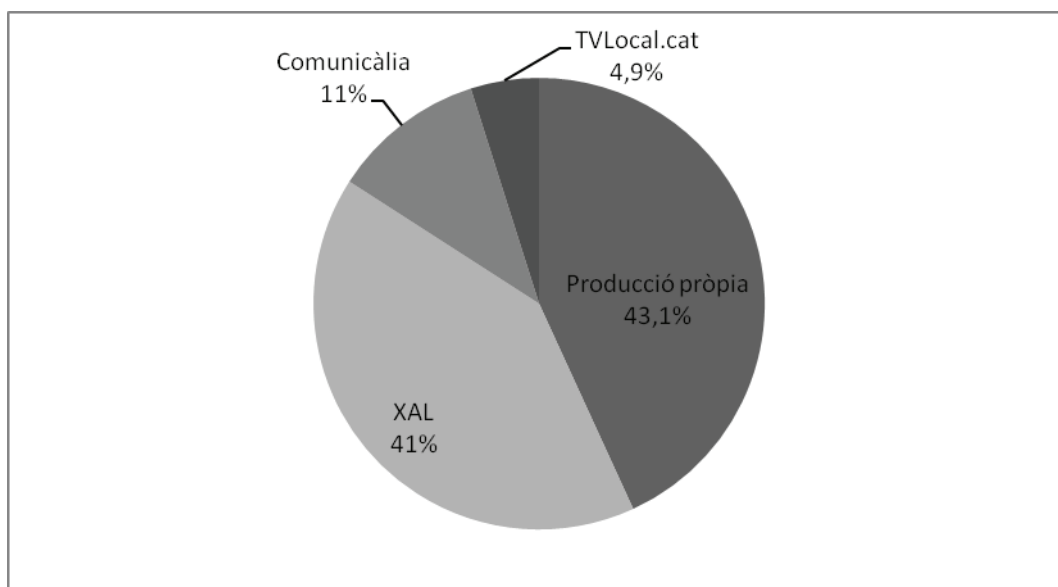
Al seu *site* <http://www.tvgirona.tv/inici.php>, es pot veure la graella de programació, fotos a través de FLICKR i també vídeos i els programes a través de Youtube. A més, disposa d'enllaços a Twitter i Facebook. Els fonaments

⁶⁷ A partir d'ara s'identificarà com A.M. –TV de Girona. L'entrevista va ser realitzada el 14 de març de 2011.

dels continguts d'aquest canal són bàsicament de caire informatiu, ja que "[...] el 70% de la nostra graella és informació que afecta a la ciutadania, notícies, esports, salut, viatges, debats, el fil directe amb l'alcalde [...]"(A.M. –TV de Girona).

L'anàlisi de la graella de programació permet determinar aproximadament els percentatges de producció pròpia i aliena, tal i com es mostra en el següent gràfic (Gràfic 14). Tots aquests percentatges reflecteixen la redifusió de programes més d'un cop al dia i de programes en dies diferents. En el cas de la producció pròpia a banda dels informatius i els reculls informatius, es redifonen alguns programes i els especials.

Gràfic 14. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font: Elaboració pròpia.

El model de programació de TV de Girona és generalista, destinat a tota mena de públics i amb una forta incidència de la informació de la zona de cobertura. Pel que fa a la producció pròpia, està formada per un total de 13 programes als que se'ls aplica diferents tipus de redifusió, variant no només els dies sinó també la franja horària. En l'àmbit de la informació, TV de Girona ofereix dos informatius al dia *Notícies Migdia* i *Notícies Vespre* i un resum informatiu. L'estratègia de la redifusió també afecta aquest tipus de programes.

La producció aliena l'encapçala la Xarxa Audiovisual Local (XAL), amb un percentatge de presència significativament alt (41%), només 2.1 punts percentuals per sota del de la producció pròpia. Un total de 38 programes diferents de la XAL, des d'informatius, esports, culturals, divulgatius, cinema fins a infantils, componen la graella de TV Girona, i sobre els quals també s'aplica l'estratègia de la redifusió. La resta de producció d'altres grups o plataformes, és menor. Del grup TVLocal.cat només s'emeten 3 programes, mentre que de Comunicàlia són un total de 9, emmarcats bàsicament en l'àmbit de la cultura.

En relació als programes que en l'eix temàtic té cabuda la immigració o la interculturalitat, es fa referència únicament a alguns programes de la XAL. Ara bé, quan l'enfocament és estrictament informatiu “[...] s’explica l’actualitat pura i dura del lloc on estàs vivint, allò bo i allò dolent. Perquè Salt no surt sempre quan hi ha coses dolentes, no. De vegades, quan hi ha algunes associacions, algunes coses que s’han creat han vingut per explicar-ho, és a dir, l’informatiu ja fa aquesta vessant d’explicar [...]” (A.M. –TV de Girona). Tot i això, els criteris que finalment determinen quin assumpte tindrà el caràcter de notícia tendeixen a ser negatius.

“Per desgràcia, la notícia dolenta és la primera que arriba i la que més interessa als altres mitjans que nosaltres anem a cobrir, perquè clar, no només cobrim per nosaltres, també produïm per altres televisions de la resta d'Espanya que generalment ens demanen això. [...]” (A.M. –TV de Girona).

En informatius i programes els nouvinguts són font d'informació respecte als fets que els afecten “[...] si parlem de Salt que potser és la part més afectada, saben on estem i què els podem oferir. Quan les associacions tenen alguna cosa a dir es posen en contacte amb nosaltres i parlem del seu tema i si cal fer un debat pel tema de Salt o el que sigui es fa.” (A.M. –TV de Girona). S'insisteix que l'origen del ciutadà no és el més destacat pels informatius, ni tampoc pels programes. Des de la producció, es busca la persona “[...] més interessant periodísticament parlant [...]” (A.M. –TV de Girona).

L'absència de programes especialitzats que aprofundeixen en l'eix temàtic immigració és una decisió que s'apunta al sentit excloent que poden tenir aquest tipus de propostes. La idea és fer “[...] programes en els que participin. Perquè si fas un programa per ells, ja els estàs excloent. A TV de Girona, en aquest sentit, el que fem és que participin en la vida diària de la televisió. I en aquests programes de debat ja els vas integrant a tots [...]”. (A.M. –TV de Girona).

A més, algunes de les experiències en aquest àmbit han generat polèmica i reaccions negatives entre el sector d'audiència autòctona.

“[...] vàrem fer un programa informatiu de la XAL, exclusivament sobre immigració. Va durar un dia. I això em va saber molt de greu però... Les pressions que vaig rebre varen ser importants. Sembla que era un programa fet i adreçat a immigrants que al cap de poc la xarxa també va deixar de distribuir... Vàrem rebre per tot arreu i des de presidència em vàrem dir ‘Àlex, si a sobre que el passem, rebem de tot arreu, no té lògica que continuï’.” (A.M. –TV de Girona).

En canvi, propostes de caire intercultural tenen una millor acollida. En aquesta temporada, també de la XAL, emeten el programa *Solidària* que té relació amb els nouvinguts en el sentit que mostra aspectes de la vida quotidiana dels seus països d'origen. El programa de pràcticament mitja hora de durada tracta de la cooperació catalana al desenvolupament i el seus projectes solidaris. Abans, però, TV de Girona oferia *Som com som*, una tertúlia en la que els convidats fixes eren de nacionalitats diverses i, a més, cada setmana s'explicaven hàbits i costums d'altres països. El programa es va deixar d'emetre perquè el presentador va marxar a altra emissora. Com anècdota, Àlex Martí explica que enguany la cavalcada de Reis s'ha fet des de Salt “ [...] perquè les associacions de Salt ens ho van demanar, perquè era el primer any que el Rei negre era negre de veritat [...].”(A.M. –TV de Girona).

Un programa destacat de TV de Girona és *Fil directe*, un espai de participació en el que els convidats són els alcaldes que, a banda d'explicar coses del seu municipi, atenen als telespectadors que mitjançant la trucada telefònica, l'e-mail, Facebook i Twiter fan arribar les preguntes. És interessant ressaltar que “

[...] no hi ha filtre de trucades, i a vegades s'han hagut de sortejar. Jo sempre dic el mateix: parlar per telèfon és molt fàcil, dir les coses cara a cara és més complicat. [...]".(A.M. –TV de Girona). L'alcaldesa de Salt, Iolanda Pineda, participa cada mes i mig en el programa.

A la zona es troba també el Canal Català Girona -Pla amb seu a Banyoles que emet programació del Canal Català TV i alguns programes en desconnexió⁶⁸

4.2.2.3. L'Ebre TV.

És un canal de titularitat privada que depèn de la societat EBE Imatge i Comunicació SL., que dirigeix Josep Maria Arasa i Fort. De fet és un grup multimèdia nascut a partir de La Veu de l'Ebre setmanari en paper i que ara a més també té la web de l'Ebre digital i l'emissora Imagina Ràdio en el 106 de la FM. L'àmbit d'emissió són les 4 comarques: Baix Ebre, Ribera d'Ebre, Terra Alta i Montsià, i els seus 52 municipis.

A la zona, es troben també el Canal 21 amb seu a Roquetes i el Canal TE – Terres de l'Ebre amb seu a Amposta, que fan una programació més basada en l'entreteniment i la música⁶⁹. És important destacar que en aquesta demarcació de TDT estava prevista una llicència per a un canal públic que finalment ha quedat aturada.

El seu model de programació de L'Ebre TV és generalista, amb incidència significativa de la informació. La tipologia de gèneres programàtics és Cultura, Divulgatiu, Entreteniment, Esports, Informatius i Nous Formats, segons s'informa en el seu web⁷⁰. Aquest canal forma part de la XAL, Comunicàlia i TDI (Televisions Digitals Independents).

⁶⁸ <http://www.revistadebanyoles.com/tele/>

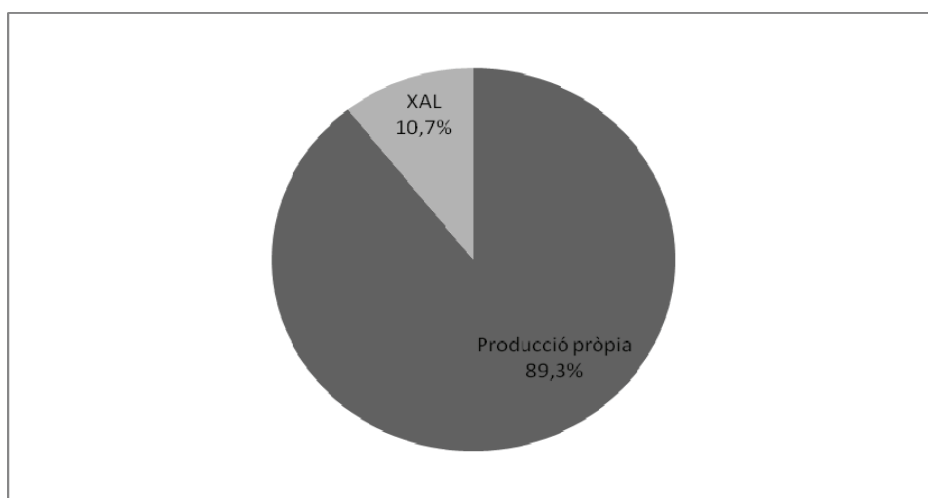
⁶⁹ En el cas de canal TE <<http://www.canalte.cat/programacio/index.php>>, destaca un informatiu, el programa *SexyChat* d'entreteniment per adults i un programa de videoclips musicals. La programació és tota de producció pròpia però només són 5 programes diferents, la resta és redifusió. El Canal 21 produeix bona part de la programació a través de l'empresa Televisió Teveon Ebre SL. amb seu a Tortosa. El seu *site* (<<http://www.teveon.tv/>>) permet accedir a les notícies de l'informatiu segmentades i el sumari a través de la pestanya notícies TV i també a alguns programes amb la pestanya de Programes TV.

⁷⁰ <http://lebrete.vi.ptv.cat/Front_xal1/TotsProgrames/_kZQUzoZTGikT_0jqUfLfy9EGCV9B5TM?a7eca8862593b770ffa28e0532e39562>

La directora de l'Ebre TV, Clara Tena⁷¹ defensa que, tot i ser un canal privat, fan “[...] una programació de servei públic de proximitat [...] Fem tres informatius al dia d’una durada aproximada de 30 minuts que repetim varies vegades [...] El nostre ideari es basa en la cobertura de la proximitat, anem a tots els actes del teixit social, polític i econòmic del territori [...]”. Aquest projecte nascut d’una concepció multimèdia, ha aprofundit en les possibilitats de la xarxa, fent del *site* “[...] una tercera pota dels mitjans on potenciem cada cop més els vídeos. Tenim Youtube, Facebook, Twitter i Tuenti. També la televisió a la carta pel xip/tv on ens mira molta gent. Passem una notícia diària pràcticament a la xarxa.” (C.T. –L’Ebre TV).

Pel que fa a l’origen de la producció, tal i com mostra el gràfic 15 l’índex de producció pròpia és molt alt, òbviament accentuat per les redifusions.

Gràfic 15. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font: Elaboració pròpia

El programa *Solidària* de la XAL dedicat a la cooperació catalana al desenvolupament és, en aquests moments la única proposta programàtica que s’aproxima a l’eix temàtic immigració i cohesió social. La directora no recorda que hagin emès cap programa especialitzat en la temàtica immigració de la XAL. Les rutines productives en relació a les associacions i entitats de

⁷¹ A partir d’ara s’identificarà com C.T. –L’Ebre TV. L’entrevista va ser realitzada el 7 de març de 2011.

ciutadans immigrants són les habituals quan es convoca un acte i s'informa als mitjans.

“Fem seguiment informatiu si convoquen les entitats d'immigrants [...] Fa pocs dies van fer un reportatge de dues noies colombianes o d'Equador que demanaven una donació d'un euro per persona per crear una clínica dental [...] També van tenir una noia de l'entitat romanesa [...] Sovint hem de tractar notícies polèmiques com el de la Mesquita de Tortosa i alguns fets delictius i son font d'informació quan hi ha algun fet d'actualitat. [...]”. (C.T. –L'Ebre TV).

La plantilla de L'Ebre TV no compta amb cap periodista o tècnic de nacionalitat estrangera en plantilla, però la recepcionista és del Marroc. Van tenir un marroquí col·laborant a la redacció i dos tècnics immigrants, un argentí i un colombià.

4.2.2.4. Canal Taronja Osona.

És una emissora de titularitat privada de la Catalunya Central nascuda a Manresa que s'ha expandit al Bages, Anoia i Osona. Forma part del grup Taelus de Comunicació, que componen també Cadena Ser Ràdio Manresa, Els 40 Principals Catalunya Central, Cadena Dial, la premsa gratuïta Freqüència i l'agència de comunicació Taelus Publicitat. Fa uns mesos han estrenat el web <http://www.taronjadigital.cat/>, en el que s'incorpora programes a la carta (els de producció pròpia) que es poden descarregar i notícies amb text i fotografia. Té una entrada per a cada comarca i permet també escoltar on-line Ràdio Manresa i la programació en cadena de la SER. Tampoc no tenen cap professional estranger en plantilla ni n'han tingut mai.

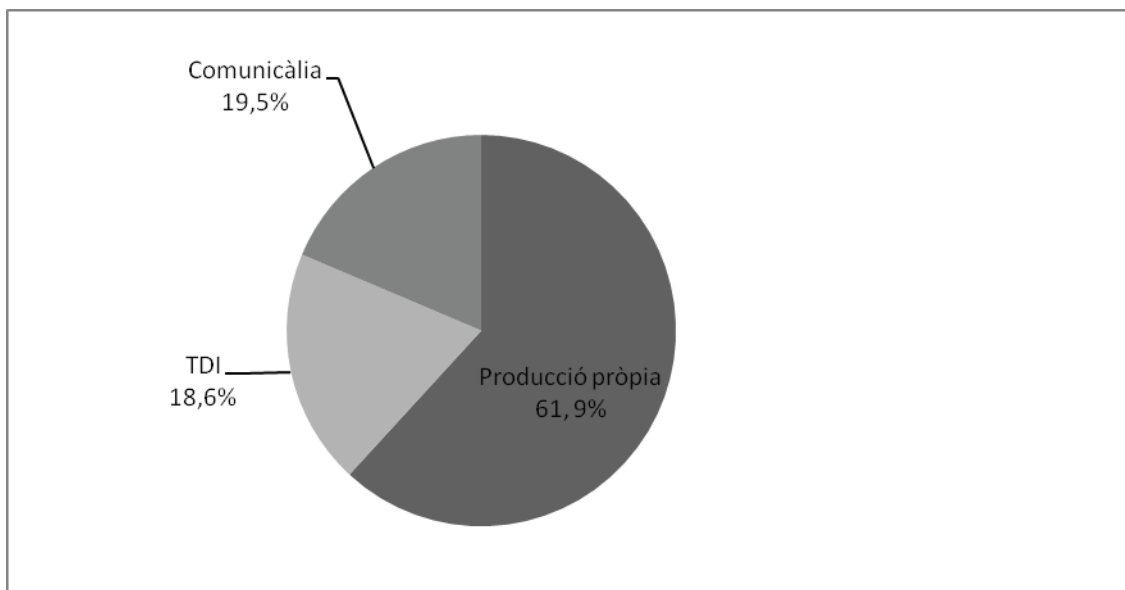
El model de programació és generalista, basat en una producció pròpia com a mínim “[...] de dues hores al dia, però clar són cinc persones i dos comercials. Per més la cosa no dóna”, explica Isabel Campos⁷² directora del Canal Taronja d'Osona i de la Cadena Ser Osona i del 40 Principals Osona. Aquest canal pertany a la xarxa TDI (Televisions Digitals Independents) i a Comunicàlia, i es nodreixen de programes de totes dues per a completar la programació diària.

⁷² A partir d'ara s'identificarà com I.C. –Canal Taronja Osona. L'entrevista va ser realitzada el 30 de març de 2011.

A diferència de les altres televisions que s'han presentat fins ara, la seva programació s'inicia al vespre, a les 20:00 hores, per a finalitzar a la matinada, fins les 05:00 o 06:00 hores, i només de dilluns a divendres. Durant els matins repeteixen en bloc la programació del dia anterior, excepte de 13 a 14 hores que s'emet simultàniament per la ràdio i la televisió una tertúlia que s'anomena *Barra Lliure* i el dissabte i el diumenge emeten les 24 hores, però només amb redifusions de programes de tota la setmana. Per exemple: el dimarts al matí passen la programació de dilluns en bloc, i així successivament. I en el cas de dilluns la que repeteixen és la programació del divendres.

Aquesta particularitat dificulta establir uns percentatges definitius de programació, però atenent als programes propis i als externs de dilluns a divendres i a les repeticions en bloc, s'ha elaborat el següent gràfic 16.

Gràfic 16. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font: Elaboració pròpia.

La producció pròpia està conformada bàsicament per programes informatius d'actualitat de la comarca, la tertúlia i un espai de debat, programes d'entrevistes i informació cultural, esports i divulgatius. En el programa *El Torn* hi ha també la singularitat que el presenta una monja, Sor Lucía Caram, "[...] una dona que està al capdavant de moltíssims projectes d'immigrants. Ella

dóna veu als nouvinguts, a col·lectius d'ajuda a nouvinguts. Fa entrevistes de caràcter humà. [...]". (I.C. –Canal Taronja Osona).

No fan cap programa específic de temàtica immigració o interculturalitat, però en els informatius sovint es tracten fets que afecten o tenen com a subjectes de la informació persones estrangeres. Una comarca i una ciutat Vic, que ha tingut l'atenció mediàtica per diverses polèmiques, com per exemple la del padró. En aquest cas, en els programes de debat i tertúlies hi van participar representants dels diversos col·lectius d'immigrants.

Dins del programa *En veu baixa* que el web defineix com a "entrevistes a persones anònimes sobre la seva activitat o un fet singular de la vida" s'ha trobat una entrevista recent, el 21 de febrer de 2011, a Hassan Akioud, expert en amazic. Fa dos anys van fer un programa transversal anomenat *Fóra d'hores* "[...] va tenir molt d'èxit i ara en fem un que es diu *En veu baixa* que no està dedicat als nouvinguts, però hi entra des d'una persona que és d'aquí com una que és de fóra... els nous ciutadans han intervingut en molts programes [...] Associació de Ghanesos [...] les escriptores marroquines Laila Karrouch i Najat el Hachmi [...] tu convoques qualsevol tertúlia i et ve gent de qualsevol condició, de qualsevol raça, de qualsevol origen [...]". (I.C. –Canal Taronja Osona).

Encara que el canal no s'ha plantejat cap programa sobre immigració i cohesió social, té un posicionament sobre Josep Anglada "[...] que lidera un partit xenòfob⁷³. Va tenir dos mil votants i té 4 regidors [...] Durant aquests quatre anys, aquesta porta no l'ha traspassada. Ens ha costat pressions i crítiques, bé és una opció." (I.C. –Canal Taronja Osona). En referència a la presència d'altres mitjans amb motiu de l'assumpte del padró, la directora destaca la dissociació entre la realitat a Vic i la que representen aquests mitjans, donat que "[...] es va donar una imatge de la ciutat que no és la real [...] .t'ho expressaven, però si jo no he tingut mai cap conflicte amb cap veí i cap veí l'ha tingut amb mi. [...]". (I.C. –Canal Taronja Osona).

⁷³ Aquest partit és Plataforma per Catalunya

Aquesta demarcació de TDT tampoc compta amb cap canal de titularitat pública i Canal Taronja competeix amb altres dos canals també privats. Un és Canal Català Osona del Canal Català TV, amb programació a tot Catalunya però amb zones amb programes desconnectats com el cas d'Osona. Es defineix com televisió informativa de proximitat. Té un model de programació generalista que incorpora espais de televenda i eròtics, i el *site* es bàsicament promocional⁷⁴. L'altra canal privat de la demarcació és El 9TV, sobre el que s'aprofundirà en el següent epígraf.

4.2.2.5. El 9TV.

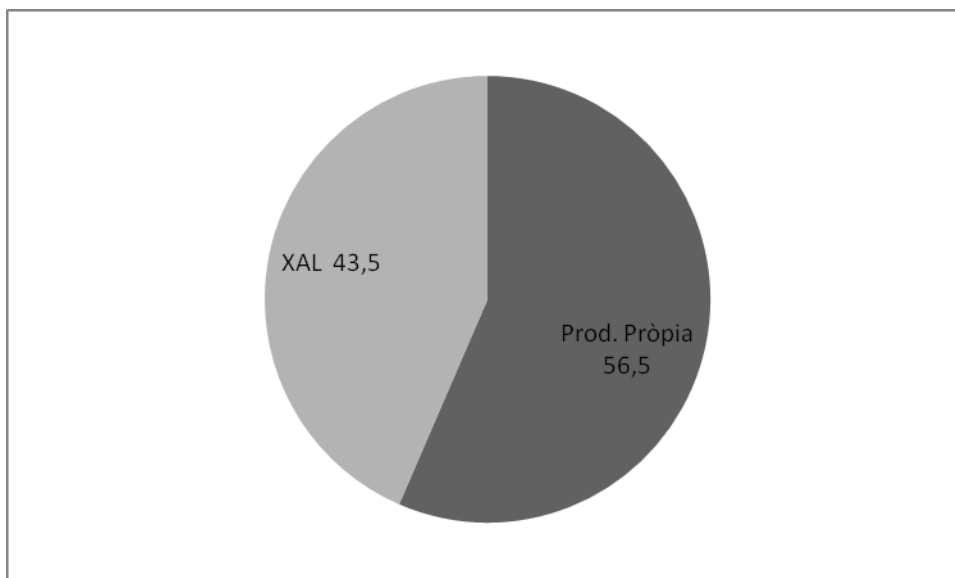
És un canal privat que pertany a Premsa d'Osona SA (PROSA). El grup el componen El 9 NOU a Osona i el Ripollès i al Vallès Oriental, el canal de televisió local d'Osona El 9TV i la productora Catalana de Televisió Local (CTL). El seu model de programació és generalista, amb producció pròpia de programes informatius, esports, culturals i divulgatius.

Aquest canal completa la graella de programació amb programes de la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) però a la vegada és subministradora de programes a la xarxa. Els programes *Voranit* (entrevistes) *7 dies* (entrevistes) *La Terrassa* (tertúlia d'actualitat) *El 9 informatiu*, *Bon cop de rock* (sobre música que s'està fent a Osona) *Bon cop de clip* (noves musicals arreu els Països Catalans), *Angle Obert* (debat polític) *Quatre paraules* (entrevistes) i *Temps afegit* (esports) s'emeten en simultaneïtat amb la ràdio El 9 FM. És doncs, un cas únic que en els dos mitjans alhora es poden seguir els mateixos programes.

La programació comença a les 7 del matí i acaba a les 4 de la matinada, amb repeticions de programes incloses. Emet una mitjana diària d'unes 12 hores de producció pròpia, i en el còmput setmanal l'índex de producció pròpia i aliena sobre les hores d'emissió és el corresponent al gràfic següent.

⁷⁴ <<http://www.canalcatala.com/indexosona.html>>

Gràfic 17. Distribució percentual setmanal dels continguts atenent al tipus de producció



Font:Elaboració pròpia.

L'ideari del canal -segons explica, Josep Comajoan⁷⁵, director gerent d'El 9TV- està regit pel fet comarcal “[...] el fet comarcal és el que et marca més... l'ideari no de la tele, sinó del grup. Això està a la pàgina web [...]”. Efectivament al web consta com a principis: independència, sentit institucional, interès social, progrés i innovació, professionalitat i sentit comarcal. Entre les línies ideològiques de l'empresa PROSA a la que pertany el grup, destaca un primer punt referit a “[...] el tractament de ‘tots’ els temes referents a ‘tots’ els individus o els col·lectius socials que puguin resultar d'interès ciutadà o comarcal” i un segon punt en el que es centra en la idea d'interès social “[...] de manera que no caigui en la discriminació d'individus o col·lectius i que es presti una atenció especial a les diverses formes de marginalitat social”⁷⁶. A més, el grup també ha firmat el Codi Deontològic de la Professió Periodística de Catalunya. La llengua vehicular és el català i a la plantilla no tenen cap persona estrangera.

Respecte al tractament de la immigració i la interculturalitat “[...] forcem la discriminació positiva, però parlant de tot. Parlant si cal del Barça, per dir un tema banal. A la que anem al marroquí, al sudsaharià, l'asiàtic, de la India o del Pakistan, aquests o surten amb l'exotisme o surten en el moment del conflicte.

⁷⁵ A partir d'ara s'identificarà com J.C. –El 9TV.L'entrevista va ser realitzada 16 de desembre de 2010.

⁷⁶ http://www.el9nou.cat/text_o_0/1/33 [Consulta Març 2011]

Ens estem movent en el camp de la festa perquè el conflicte ja surt si és català, equatorià o marroquí. Clar els marroquins surten a la festa del xai, del final del ramadà i poca cosa més. [...]”(J.C. –El 9TV). Des d’aquest vessant, els ciutadans estrangers es poden veure reflectits a aquest mitjà en el cas que es produeixi un esdeveniment que mereixi la consideració de notícia.

En anys anteriors havien emès programes específics sobre immigració, com *De tots colors* que “[...] el vam deixar de fer per la dificultat de poder trobar varietat, poder trobar suficient massa crítica, perquè fos variat. Acabaven venint sempre els mateixos, entre ells, la famosa escriptora marroquina Najat El Hachmi. [...]” (J.C. –El 9TV). En aquests moments no produeixen cap programa de producció pròpia específic en l’àmbit de la immigració i la cohesió social en el que els col·lectius de ciutadans nouvinguts tingui cert protagonisme. Pel que fa a programes de la XAL emeten *Civillis* on hi surten transversalment situacions que afecten immigrants.

El gerent d’El 9TV destaca que, com a font d’informació, les entitats de nouvinguts estan més o menys organitzades i responen quan se les sol·licita, però estan poc avesades a fer saber les seves activitats. L’altra via és l’Ajuntament i l’entitat AMIC (Associació d’Ajuda Mútua d’Immigrants a Catalunya)⁷⁷ creada pel sindicat UGT que té oficines en més de 50 poblacions de tot Catalunya, entre elles a Vic.

4.2.3. Les plataformes de producció i distribució de continguts televisius de proximitat: XAL i Comunicàlia.

Des del 2004, la XAL (Xarxa Audiovisual Local) gestiona la Xarxa de Televisions Locals de Catalunya (XTVL), una entitat creada al 1999 i formada per 62 televisions la majoria públiques però també alguna de privada de Catalunya, Balears i Andorra. Entre les seves principals línies d’actuació destaca la producció i coproducció de programes i l’oferta d’una programació sindicada considerada d’interès públic a les televisions adherides. Els acords

⁷⁷ Aquesta associació està relacionada amb A.M.I.C. Amazigh

de producció també es fan amb productores independents del país, i els programes han de complir els requisits d'interès públic, de màxima qualitat i de costos assumibles⁷⁸.

Pel que fa a l'eix temàtic immigració, cohesió social, convivència i interculturalitat, en aquest moments, la XAL produeix *Civilis*, un programa present en algunes de les programacions televisives analitzades. Conte dues seccions: *Cada casa és un món* i *El món a les mans*. Aquesta última és una mini sèrie documental coproduïda amb l'Àrea d'Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona, que ha rebut el III Premi de la Diversitat en l'Audiovisual, en la categoria de televisió, concedit per la Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual (MDA) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Altres produccions que s'han emès en aquest contenidor són *El viatge d'Ulisses* i *Raval 14*.

No es fàcil tractar d'una manera normalitzada la incorporació dels nouvinguts a la societat d'acollida, l'enriquiment mutu, l'intercanvi cultural, i el procés evolutiu o de reconstrucció que suposen les societats multiculturals. En aquest sentit, Pere Gibert⁷⁹ gestor de continguts de la XAL reflexiona sobre els dubtes que es generen entorn a la producció televisiva i la visualització dels ciutadans nouvinguts.

“[...] hem de fer un programa que parli de les noves immigracions com una cosa específica? O el que hem de fer és incloure això dins de la programació rutinària? [...] volem normalitzar des de l'excepció, precisament creant un contingut específic. I aquesta esquizofrènia sempre hi és. Com ho hem de fer? Plantejar-se un programa en aquest sentit és complicat... En informatius seguim les directrius del Col·legi de Periodistes, i s'intenta fer una aproximació a aquests col·lectius de forma transversal [...] que l'aparició estigui en la normalitat de les notícies. L'altra cosa és que fem la discriminació positiva, en activitats, accions culturals i lúdiques que estan promovent determinats col·lectius que es dediquen a la cohesió social i a temes de normalització en aquest sentit. [...]”. (P.G. –XAL)

⁷⁸ <<http://www.xtvl.tv>>

⁷⁹ A partir d'ara s'identificarà com P.G. –XAL. L'entrevista va ser realitzada el 10 de març de 2011.

Pere Gibert reconeix també els perills que poden comportar les informacions sobre fets delictius quan es diu l'origen de la persona a la primera frase, i que pot dur a vincular delinqüència i immigració. Al temps destaca el paper dels mitjans de comunicació de proximitat en aquest procés de cohesió social per sobre dels d'àmbit nacional o estatal perquè “[...]quan més proper estàs al ciutadà, també més sensible és allò que expliques [...]” (P.G. –XAL). La proximitat a l'entorn facilita la relació de la televisió amb les associacions.

En relació a la tasca de la XAL, s'incideix en una línia de treball que visualitzi els col·lectius d'immigrants com uns ciutadans més. Així, “[...] amb l'Àrea de ciutadania de la Diputació de Barcelona, hem fet tres projectes, quatre, el quart està en marxa. Són programes específics, que tu fas amb voluntat específica d'afavorir la cohesió social, la diversitat i donar visibilitat a determinats col·lectius” (P.G. –XAL). Però també, la XAL treballa amb realitzadors d'origen estranger que poden enriquir des de la seva pròpia experiència professional, no només els continguts, sinó també la seva manera de retratar el món. Alguns exemples d'aquesta estratègia són: *Connectats*, el *Pati Latino*, i *Mensajes en una botella*.

Molts d'aquest programes estan presents a Internet i les xarxes socials, perquè els mitjans de comunicació local fa temps que han començat a treballar amb una visió multiplataforma i multiformat. Una de les repercussions d'aquesta tendència és que els nous projectes es plantegen en clau de contingut multiplataforma interactiu. Varies han estat les conseqüències sobre les rutines de producció. Per una banda, els formats són de menor durada o bé és fragmenten si es consideren excessivament llargs per a posar-los a disposició a la xarxa. En aquest últim cas, els fragments han de tenir “entitat per sí mateixos” (P.G. –XAL). D'altra banda, la proposta ha d'incorporar “[...] pàgines pròpies al facebook, tenen twitter i tenen un blog o una web [...] quan tu generes un projecte es genera des de la multiplicitat dels canals pels quals el difondràs [...]” (P.G. –XAL). Les televisions que participen de la XAL penen els continguts en la plataforma xip/tv.

L'abril del 2003 es crea l'empresa Comunicàlia S.A. com a eina de gestió del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), que va néixer l'octubre de 1998 impulsat per les Diputacions de Girona, Lleida i Tarragona, i integrada per diversos ajuntaments i consells comarcals d'arreu de Catalunya. Comunicàlia, formada per 37 televisions públiques i privades de Catalunya i Andorra, va assumir pràcticament totes les funcions del Consorci: encàrrec o compra de continguts audiovisuals, distribució de la programació, assessorament legal, tecnològic i professional a les televisions locals públiques i privades⁸⁰. El seu objectiu principal és la dinamització i l'impuls del sector audiovisual de proximitat fomentant la presència del sector audiovisual al territori mitjançant la producció i adquisició de programes de televisió i de ràdio que, posteriorment distribueix per una xarxa d'IP privada als mitjans de comunicació adherits.

En aquests moments, Comunicàlia està en procés de dissolució com a conseqüència de la conjuntura econòmica general i la impossibilitat d'aconseguir els recursos necessaris provinents de les administracions⁸¹. La decisió de dissolució va preveure que l'enviament de continguts habituals a les televisions adherides a Comunicàlia per la xarxa IP cessaria el 10 d'abril de 2011 i que, a partir d'aleshores i fins al 10 de juny es facilitarien diversos continguts en estoc o ja distribuïts anteriorment. El pròxim 10 de juny venceran els contractes actuals amb les televisions adherides.

Mentre ha funcionat Comunicàlia ha difós programes bàsicament culturals i divulgatius, d'actualitat, infantils i documentals. El programa *L'Excusa!* va rebre el Premi Audiovisual MAC Comunicàlia 2010. *L'Excusa!* era un espai de 13 capítols, d'uns 15 minuts de durada, realitzat per Produccions Minnim d'Olot, que oferia una mirada diferent del món actual. El programa partia dels continguts solidaris i transformadors de l'Agenda Llatinoamericana Mundial i s'estructurava en tres blocs: Mira, Pensa i Actua. Alguns dels temes que va tractar van ser la democràcia, l'ecologia, el gènere o el militarisme i la cultura

⁸⁰ <<http://www.comunicalia.cat/cat>>

⁸¹ El Consell General del Consorci Local i Comarcal de Comunicació, reunit el dijous 31 de març de 2011, a la seva seu social de Barcelona, en qualitat de Junta General d'Accionistes de l'empresa Comunicàlia, Serveis per a la Comunicació, SA, va prendre l'acord de dissolució.

de la pau. Un programa, doncs, que es podria encabir entre els que d'alguna manera tenen present l'eix temàtic immigració i multicultural.

La desaparició de Comunicàlia tindrà repercussions sens dubte en el mapa audiovisual català i sobretot en les televisions que basaven una part important de la seva programació en els programes que rebien. La incidència més immediata serà la de reestructurar la graella de programació, cosa que, en l'actual context de crisi econòmica pot significar una disminució de l'oferta de continguts, d'hores de programació i, fins i tot, d'augment de les redifusions si es volen mantenir les mateixes hores en antena

4.2.4 Eix temàtic immigració i cohesió social a la televisió local i comarcal: resultats.

S'ha detectat la falta d'una estratègia definida respecte als nous ciutadans dels municipis i zones de cobertura de les televisions analitzades, bé perquè no s'ho han plantejat, bé perquè manifesten que no hi ha hagut necessitat. En alguns casos, s'han anomenat propostes televisives de producció aliena que complementen la seva graella com els programes on s'aprofundeix en la immigració o es visualitza la realitat social resultant dels fluxos migratoris. En ocasions, s'han apuntat raons de caràcter econòmic per a justificar l'absència de producció pròpia centrada en la temàtica immigració i la cohesió social.

En l'ideari de les televisions de proximitat, però, totes recullen que el teixit associatiu de les ciutats i comarques que cobreixen han d'estar reflectits en la programació, i que això és una eina de cohesió social i territorial. Una imatge de col·lectivitat amb uns senyals d'identitat. A partir d'aquesta necessitat de reflectir els esdeveniments i les activitats de les diverses entitats i associacions, és quan s'incorporen com a part de la realitat social, també les entitats que agrupen els nouvinguts.

En aquest àmbit transversal i no específic, és on algunes de les televisions estudiades produeixen programes on participen i surten representats immigrants de diversos orígens, residents en les zones de cobertura de les respectives televisions. En algun cas, la especialització temàtica d'algun

professional i especialment l'aposta des dels Ajuntaments, conflueixen en la creació de programes específics per trencar la imatge negativa dels immigrants que sovintaja en els informatius, tal i com s'ha explicat de Lleida Televisió.

En l'ideari de les televisions tampoc es contempla explícitament una aposta per la multiculturalitat. En general, totes es regeixen pels principis de llibertat i respecte, i no discriminació. Algunes van més enllà aplicant el codi deontològic del Col·legi de Periodistes.

L'anàlisi de la programació de les televisions locals i comarcals que formen part de la mostra, evidencia que tampoc es té en compte els ciutadans nouvinguts com a possibles espectadors, ja que sovint es parteix de la premissa que el desconeixement de la llengua catalana dificultarà la seva participació en programes i en conseqüència que puguin esdevenir audiència potencial.

"[...] El català en el cas dels nouvinguts, fa més inviable la seva participació. [...]".
(X.A. –Tac 12)

"[...] I si un col·lectiu no ha participat tant, et diria l'oriental, el xinès, no per res per una qüestió de l'idioma... els hi costa molt, és que no parlen ni l'anglès. [...]". (I.C. –Canal Taronja Osona).

El fet migratori i intercultural, es va abordant doncs, a tongades i per etapes. No s'ha detectat una voluntat de continuïtat o planificació al respecte. Té temporades puntuals amb algun programa o amb cap. També va en funció de les iniciatives dels ajuntaments, i de les pròpies associacions d'immigrants. De vegades, sorgeixen projectes que tenen una plasmació audiovisual en aquelles poblacions que en els últims anys han acollit un gran nombre i molt divers de ciutadans estrangers.

Sobre la acceptació o desafecció dels ciutadans estrangers respecte als continguts de la programació de les televisions de proximitat, els directors dels canals manifesten que no tenen dades de seguiment per estructura de la població. Per tant, no poden avaluar com reben els seus informatius, o els seus

programes, la població immigrada. Tot i això, en alguns casos els hi han arribat tant comentaris positius com negatius. Fa uns anys hi va haver un cas extrem a TV de Girona, que va haver de retirar un programa específic sobre immigrants que oferia la XAL

Les televisions públiques i privades de proximitat tenen voluntat d'incorporar transversalment els nouvinguts, perquè volen atendre i cobrir els fets de proximitat i les activitats de tota mena que es produeixen en el territori. En la mostra només hi ha una televisió pública, però com s'ha vist, algunes de les privades s'autodefineixen com a televisions de servei públic.

En els informatius i programes basats en l'actualitat com els tipus magazine, els de debat o els d'entrevistes, la immigració i la interculturalitat estan presents de manera transversal, quan formen part del fet informatiu o poden aportar elements per aprofundir. Algunes televisions reconeixen que han tingut etapes anteriors de discriminació positiva, intentant establir unes mínimes quotes de presència de nouvinguts en aquests tipus de programes. Actualment la tendència és que la seva participació està subjecta com la de qualsevol altra ciutadà a l'interès informatiu.

“[...] En informatius s'apliquen les directrius del Col·legi de Periodistes... s'intenta fer una aproximació a aquests col·lectius de forma transversal, és a dir, que apareguin en totes les informacions que es donin, siguin de salut, de cultura, de qualsevol àmbit. O sigui que l'aparició estigui en la normalitat de les notícies. [...]”. (P.G. –XAL).

“[...] L'informatiu explica coses dels nouvinguts perquè explica l'actualitat del lloc on estàs vivint... allò bo i allò dolent. [...]”. (À.M. –TV de Girona).

La presència en els informatius de ciutadans nouvinguts i de les seves cultures és diversa i variable i està en funció de la zona de cobertura de cadascuna de les televisions, del nombre de ciutadans estrangers, de la seva capacitat associativa, de la seva capacitat per generar d'activitats i, evidentment, del grau de fets polèmics i/o delictius en què es puguin veure involucrats.

La majoria de directors de les televisions reconeixen que les notícies polèmiques o sobre fets delictius que afecten persones estrangeres apareixen sovint, i en canvi, les d'activitats positives o transversals de quotidianitat molt poc. Així, “[...] A la que anem al marroquí, al sudsaharià, asiàtic, de la India o del Pakistan, aquests o surten amb l'exotisme o surten efectivament en el moment del conflicte. [...]”. (J.C. –El 9 TV). Hi ha posicions diferents sobre els temes polèmics com les mesquites o el padró municipal, si bé els entrevistats deixen clar que intenten tant en els informatius com en els debats o tertúlies donar veu a totes les parts.

El que impera però, és el criteri professional periodístic d'explicar allò que és interessant i important per a la comunitat, independentment que el subjecte sigui nadiu o estranger. Ara bé, moltes vegades es potencia només la vessant exòtica i diferent per la càrrega visual que té.

“[...] Ens estem movent en el camp de la festa perquè el conflicte ja surt si es català, equatorià o marroquí. [...]”. (J.C. –El 9 TV).

“[...] Si és interessant periodísticament a mi m'és igual si és del país com si és de fora. Mentre tingui alguna cosa per aportar, és benvinguda. [...]”. (À.M. –TV de Girona).

A nivell de programes totes les televisions reconeixen en general que no s'han plantejat fer un programa específic sobre aquest eix temàtic, normalment adduint falta de mitjans, i en algun cas posant en dubte que l'excepció o discriminació positiva pugui ser la millor via de garantia de cohesió social, d'incorporació i d'integració en el teixit social de la població. Cal destacar en l'àmbit de la producció pròpia el de Lleida Televisió anomenat *Mirades* on d'una manera clara i senzilla es dona una visió normalitzada de nouvinguts anònims en relació al seu treball i al seu país d'origen.

Les televisions sindicades a la XAL tenen, des del 2005, una franja d'emissió comuna on s'ofereix algun programa que gira entorn aquest tipus d'assumptes. Ara s'emeten *Civilis* i *Solidària*. Molt significatiu és el fet que un programa de la XAL sobre aquesta temàtica només es va poder emetre una vegada a Televisió de Girona, per les pressions que hi va haver demanant la retirada. Algunes de

les televisions que emeten programes de la XAL al·leguen que no en produeixen un de propi perquè ja tenen el de la xarxa. També prefereixen no agafar-ne més d'un sobre la temàtica, encara que sigui més o menys transversal perquè “[...] prefereixen abans una redifusió d'un programa seu que una emissió nostra perquè consideren que si globalitzen massa els seus continguts es barregen amb tota la resta, quan més es confonen, menys identitat. Per tant, es troben que han de tenir més identitat que mai. [...]”. (P.G. –XAL)

No existeix cap cas televisiu de programa realitzat per persones nouvingudes, tampoc que hi hagi cap professional estranger de plantilla en l'àmbit tècnic o de continguts. Sí que algunes televisions tenen o han tingut col·laboradors estrangers de forma esporàdica.

La joventut de les televisions en la majoria de casos i les reduïdes plantilles solen impossibilitar una aposta per a la nova població. Són conscients però que d'una manera transversal s'ha de normalitzar la seva presència audiovisual, però de moment no fan una aposta per programes específics propis, llevat de Lleida Televisió amb *Mirades*. Sí, en canvi, hi ha programes on la cohesió social es treballa transversalment amb tota mena d'entitats, activitats i ciutadans. És el cas del programa de Tac 12 *IdEntitats*, del de Lleida TV *Cafeïna*, i del 9 TV *La Terrassa*; i també a través de la XAL el programa *Civilis*.

La visualització o representació dels nouvinguts i de la diversitat és desigual segons la zona i la televisió. No està en relació ni amb als col·lectius més nombrosos, ni amb els que estan millor organitzats en una o diverses associacions. Ni tampoc necessàriament en funció de major o menor activitat de les associacions.

Malgrat que els nouvinguts tenen associacions diverses i normalment estan en contacte amb els ajuntaments, no hi ha una relació fluida entre els mitjans i les entitats d'immigrants. Sovint s'abusa de les mateixes fonts, mentre que n'hi ha d'altres que no tenen cap presència. Els responsables de les televisions afirmen que en aquest sentit és bàsic el contacte a través de l'ajuntament o bé

d'associacions d'ajuda i solidaritat amb els immigrants com AMIC, ARRELS, CÀRITAS, etc.

“[...] En el cas del padró...l'Ajuntament va crear una comissió de diàleg amb les entitats... aquí si que hi va haver uns interlocutors bens clars. [...]”. (J.C. –El 9 TV).

“[...] Quan les associacions tenen alguna cosa a dir es posen en contacte amb nosaltres i parlem del seu tema i si cal fer un debat pel tema de Salt o el que sigui es fa. [...]”. (À.M. –TV de Girona).

“[...] No hi ha unes fonts permanents o una gent amb la que tinguis relació... Busques a través de Serveis Personals de l'Ajuntament o amb els col·lectius que hi ha una certa vinculació, amb els que has tingut relació altres vegades. [...]”. (J.C. –Lleida TV).

“[...] Acostumem a anar quan convoquen entitats d'immigrants. [...]”. (C.T. – L'Ebre TV).

“[...] Contactem a través de l'Ajuntament i a vegades s'ofereixen ells directament. [...]”. (I.C. –Canal Taronja Osona).

També s'esmenta que la mobilitat dels estrangers, la manca de continuïtat d'algunes entitats, o la poca activitat, influeix en la manca de relació i en la seva visualització.

En el sentit transversal es valora més la participació de nouvinguts en actes o festes tradicionals de la població que en activitats adreçades només al propi col·lectiu d'un origen determinat. En aquest sentit, les televisions destaquen com a valor, l'enriquiment mutu que suposa el donar a conèixer entre les diferents comunitats, les seves cultures i les seves tradicions. Però moltes vegades queda en una mostra anual, més que en activitats conjuntes.

5. Els actors socials.

En aquest capítol volem conèixer l'avaluació que fan les associacions d'immigrants de les estratègies comunicatives dels mitjans audiovisuals. Per obtenir aquestes dades s'han realitzat entrevistes en profunditat a diversos responsables d'entitats amb seu a les poblacions objecte d'estudi. Les dades obtingudes ens permetran fer una aproximació al tipus de consum que fan els diferents col·lectius dels mitjans de comunicació, veure com valoren aquests col·lectius la seva representació en aquests mitjans, estudiar la relació entre els operadors locals i les entitats i finalment conèixer l'opinió de les associacions sobre com es podria millorar la representació de la diversitat cultural en el seu municipi.

5.1. Descripció de les entitats i associacions.

Les entitats que han participat en la recerca han estat dues per cada població objecte d'estudi, excepte en el cas de Balaguer⁸². S'ha intentat que hi hagués representació de diferents col·lectius d'estrangers i també que les entitats tinguessin objectius i trajectòries diferents. Com es pot observar en les següents fitxes, s'ha contactat amb quatre associacions llatinoamericanes, dues de marroquines, dues sudsaharianes i una romanesa. Les entitats marroquines funcionen des dels anys noranta, però la resta són més recents, fins i tot una d'elles va iniciar les seves activitats al gener 2011. Els objectius d'aquestes entitats són diversos: des de fomentar la convivència i la integració, donar a conèixer la cultura del propi país o promoure la solidaritat entre els socis fins a impulsar iniciatives populars per canviar algunes lleis al país d'origen. Les activitats que s'organitzen també recorren un ampli ventall que contempla l'organització de tot tipus d'actes culturals i/o lúdics fins la programació de cursos per obtenir el carnet de conduir. A continuació, es

⁸² Després de concertar una entrevista amb l'Associació Musulmana de la Noguera, van decidir no participar.

presenten en forma de fitxa descriptiva les associacions que han participat en la recerca.

Nom: Associació d' Equatorians de Catalunya Comarca d'Osona (AECCO) ⁸³	Població: Vic
(Vic) President: Carlos Ordóñez Inici: 2006 ⁸⁴ Objectius: Millorar la relació amb la gent de Vic. Inicialment també donaven assessorament per fer tràmits administratius Nº membres: 30 persones Activitats: esportives, culturals. S'han vist obligats a reduir o suprimir la seva participació en diverses activitats per culpa de les dificultats econòmiques dels membres de l'entitat	

Nom: Associació AMIC Amazigh ⁸⁵	Població: Vic
President: Mohamadi Bouziane Inici: 1994 Objectius: impulsar la convivència i donar a conèixer la cultura amazic Nº membres: uns 140 socis, la majoria marroquins però no exclusivament Activitats: organitzen activitats culturals entorn de la cultura amazic ; compten amb un equip de futbol i un grup musical	

Nom: Magrebins sense fronteres ⁸⁶	Població: Salt
President: Mohamed Chriyaa Inici: 1997 Objectius: Fomentar la convivència i facilitar la integració. Nº membres: Uns 200 (Marroc) Activitats: Descriuen les activitats que han anat desenvolupant durant aquests anys en els següents termes “ ... sempre treballem la part lúdica (...) la nostra tasca és	

⁸³ Març 2011.

⁸⁴ Encara que feien activitats culturals des de 2004.

⁸⁵ Març 2011

⁸⁶ Abril 2011

educar (...) que no siguin activitats exclusives d'un col·lectiu. (...) que fomentin la participació de tothom"

Nom: Dones Nigerianes progressistes de Girona ⁸⁷	Població: Salt
Presidenta: Paylin Awoyemi Robert ; Secretària: Lola Awoyemi Inici: 2010 Objectius: Fomentar la convivència Nº membres : 25 dones (Nigèria) Activitats: Cursos de català, classes en anglès per obtenir el carnet de conduir	

Nom: Associació Africana ⁸⁸	Població: Balaguer
President: Papa Madiouf Inici: estiu 2005 Objectius: Ajudar els africans i els nouvinguts i facilitar la seva integració Nº membres: Més de 100 afiliats, tot i que són més els que hi participen. La majoria són senegalesos Activitats: Cursos de català i sessions informatives sobre el funcionament dels serveis i de l' Administració pública conjuntament amb l'Ajuntament de Balaguer. Degut a les dificultats econòmiques dels seus membres, enguany han deixat d'organitzar la Festa multicultural a la plaça Mercadal on convidaven tota la població de Balaguer.	

Nom Casal Hispano Argentino de Catalunya ⁸⁹	Població: Salou
President: José Ramón Gómez Inici: novembre 2009 Objectius: donar a conèixer la història mancomunada entre Espanya i Argentina Nº membres: sense determinar (Argentina) Activitats: Exposicions, escola de tango i organització d'espectacles, actes culturals, suport legal per la tramitació de documents.	

⁸⁷ Abril 2011

⁸⁸ Abril 2011

⁸⁹ Abril 2011

Nom : Casal Argentí, Salou 20 junio ⁹⁰	Població : Salou
President : Damián Umbert Inici : 2007 Objectius : Assessorament legal als immigrants Nº membres : més de 700 “amics i col·laboradors” (Argentina) Activitats : Organitzen torneigs de futbol, han celebrat festes per difondre la cultura, la gastronomia argentina.	

Nom : Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu ⁹¹	Població : Tortosa
President : Simion Bojinescu; Secretària : Ecaterina Staicu Inici : gener 2011 Objectius : En primer lloc promoure una imatge positiva dels romanesos i facilitar la seva contractació laboral a Catalunya i en segon lloc tirar endavant una iniciativa popular per canviar algunes lleis romaneses que segons ells dificulten les repatriacions al aplicar uns criteris impositius molt alts Nº membres : 25 a 30 (Romania) Activitats : Estan preparant activitats culturals, tenen una pàgina a Facebook i tenen previst organitzar alguns cursos.	

Nom : Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa ⁹²	Població : Tortosa
Presidenta : Lilia Yauri, secretària : Amelia Manrique Inici : novembre 2010 Objectius : Donar a conèixer la seva cultura i ajudar-se Nº membres : uns 120, amb majoria de peruans i bolivians, però hi ha representació de tots els països llatinoamericans Activitats : Celebració de festes que es celebren habitualment als països d'origen.	

El nombre de persones entrevistades ha variat d'una associació a l'altre, però sempre s'han respectat els següents criteris: si l'entrevista s'ha fet només a

⁹⁰ Abril 2011

⁹¹ Abril 2011

⁹² Abril 2011

una persona es tracta del president o la presidenta de l'entitat, si s'ha entrevistat a dues persones han estat el/la president i el/la secretari; en la resta de casos s'han incorporat altres responsables com vicepresidents o tesorers.⁹³

5.2. Consum de mitjans de comunicació.

Tanmateix l'objectiu d'aquesta recerca no és obtenir resultats definitius sobre el consum dels mitjans de comunicació per part dels col·lectius estudiats, però si que ens ha semblat interessant observar els grans trets d'aquest consum perquè poden ajudar-nos a contextualitzar i aprofundir en la interpretació d'algunes dades. En aquest sentit, hem dividit aquest apartat en dues parts, la primera que fa referència al consum general i la segona on es focalitza en l'àmbit local.

5.2.1. Consum general.

La informació és un dels principals objectius a l'hora de consumir mitjans de comunicació. Ja sigui per televisió, ràdio, webs o en paper, les persones entrevistades manifesten interès per conèixer l'actualitat, inclosos els esdeveniments produïts en el país d'origen. Els testimonis apunten a un consum generalitzat de la televisió, Internet i diaris, mentre que la ràdio queda relegada a una darrera posició. Una tendència que segons apunta Soriano no mostra diferències substancials “[...] entre els estrangers i els espanyols residents a Catalunya.” (2010:81)

Pel que fa a la televisió, els entrevistats coincideixen en manifestar que veuen regularment alguna emissora de Televisió de Catalunya, generalment TV-3, tot i que també interessa el Canal 3/24 per la seva oferta informativa de 24 hores.

“Con la TV-3 24 horas (*es refereix al 3/24*) es más fácil porque allí siempre tengo las noticias.” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes progressistes de Girona, Salt)

⁹³ Les entrevistes es van realitzar durant els mesos de març i abril 2011

“Els matins a les 6, quan arribo a casa, poso el 3/24.” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

Les cadenes temàtiques informatives de televisió, vint-i-quatre hores de notícies, presenten un segon atractiu per aquells que no coneixen molt bé la llengua, ja que amb les repeticions ajuden a entendre coses que s’han perdut en el primer visionat.

“Por las mañanas sigo las noticias, pero no solo de un canal; voy buscando un canal y otro y veo un canal que da noticias continuas y vuelve a empezar y esto está bien porque si se me escapa algo, lo puedo volver a escuchar.” (Simion Bojinescu, Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, Tortosa).

Pel que fa a la resta de cadenes varien en funció dels gustos i dels interessos dels entrevistats.

“Veó Barça TV, TV3, la 2 (por los documentales) un programa que muestra toda España en La 1 (*es refereix a España Directo*), el Canal 24 horas y a veces el informativo de Tele 5. En el ocio busco todo lo relacionado con series y películas históricas”. (José Ramón Gómez, Casal Hispano Argentino de Catalunya, Salou).

“Miro la TV3 catalana y los Simpson y en general me gustan todos los programas políticos de televisión.” (Damián Humbert, Casal Argentí, Salou 20 junio, Salou).

“Yo siempre estoy con Nova .Veó las telenovelas.” (Lola Awoyemi, Dones Nigrianes progressistes de Girona, Salt).

“A la televisió miro Hermano Mayor. M’agrada Cuatro. I Cracòvia m’agrada. Em relaxa molt. M’oblido de tots els problemes que hi ha al món, que són molts. I m’agrada l’humor, m’agrada Polònia. Els dies que treballo de nit ho trobo a faltar. i Aida de Tele 5.” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

Cal esmentar aquí una particularitat dels col·lectius d’ africans i és que entre els seus hàbits de consum televisiu inclouen emissores dels seus països d’origen que sintonitzen a través del satèl·lit.

“El consum que fem - m’atreveixo a dir el 99% del col·lectiu (*marroquí*)- dels mitjans locals o catalans és els noticiaris; [...] per les notícies del propi país

(*tenim*) les parabòliques [...]” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

“[...] (*Sobre la majoria de companys*) miren més les teles d’allà perquè ara amb el satèl·lit podem veure els canals d’ Àfrica.” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

De fet, els membres de les associacions de Salt explicaven que existeix un cert malestar entre alguns col·lectius d’estrangers degut a que l’ajuntament ha engegat una campanya per fer neteja de balcons i finestres i això pot suposar la retirada de les antenes parabòliques

Com ja es comentava més amunt, la ràdio no sembla un mitjà gaire interessant si es poden triar altres opcions d’informació o de lleure i molt sovint la seva funció es limita a “acompanyar “ altres activitats com conduir o treballar.

“Escucho la radio mientras estoy conduciendo. En casa, no; en casa la televisión.” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes progressistes de Girona, Salt).

“Sólo cuando es hora de dormir para escuchar música.” (Lola Awoyemi, Dones Nigerianes progressistes de Girona, Salt).

“De ràdio no escucho.” (Damián Humbert, Casal Argentí, Salou).

“La ràdio no m’agrada gaire [...] l’escolto si treballo a la nit i sempre estic amb la SER (*les notícies*) i RAC-1 pel programa esportiu. També a vegades Catalunya Ràdio .” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

Segons es desprèn de les respostes, la premsa en general no es compra sinó que es llegeix als bars o a les cafeteries. Potser per això cada entrevistat cita diversos diaris sense mostrar unes preferències clares. En general es citen La Vanguardia i El Periódico i, segons la comarca, El Punt o Diari de Tarragona. L’únic diari esportiu esmentat és l’Esport.

El consum d'Internet és generalitzat i per diversos entrevistats suposa el mitjà al que dediquen més temps. La possibilitat de consultar la informació en qualsevol moment, de mirar webs del seu país i de connectar amb la resta del col·lectiu mitjançant el Facebook serien alguns dels arguments al seu favor.

“(Sobre l'ús d'Internet) [...] para estar actualizado, chequear el mail, la pagina del casal y algún comentario o algún evento puntual que venga con alguna invitación para proyectarnos para ver si participamos o no.” (Damián Humbert, Casal Argentí, Salou).

“M'agrada saber-ho tot i si no puc durant la setmana aprofito el cap de setmana perquè les informacions estan a Internet.” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

5.2.2. Consum dels mitjans de proximitat.

Sembla lògic que els responsables de les entitats manifestin interès per seguir la informació i els esdeveniments de caràcter local. El que intentarem esbrinar aquí és si existeixen preferències generalitzades per un mitjà en particular.

Pel que fa a les emissores de televisió, els representants de quatre associacions (les dues de Tortosa i les dues de Salou) afirmen seguir la programació i/o els informatius de TAC 12 i L'Ebre TV respectivament. No passa el mateix respecte a Canal Taronja, El 9TV (Vic) o Lleida Televisió (Balaguer). Relatiu a TV de Girona, ens ha semblat interessant ressenyar que - tot i que els responsables de les associacions de Salt manifesten no seguir-la de forma habitual- els testimonis recollits a Magrebins sense fronteres atorguen importància al programa *Fil directe* en el que aproximadament cada mes i mig l'alcalde de Salt respon a preguntes dels ciutadans saltencs que poden entrar en directe per telèfon o Internet o que han estat enregistrades prèviament a la població .

“Es un programa interesante [...] t'assabentes de muchas cosas que a veces quedan como diluidas.. conoces de primera mano lo que se está haciendo y eso es la preocupación de la gente ... pero se recogen muy pocas preguntas, el tiempo es muy reducido [...] al menos se debería emitir una vez por semana.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt)

Respecte a la ràdio, una qüestió a observar és si l'existència d'emissores municipals que inclouen informació de proximitat, fa augmentar l'interès per aquest mitjà. El resultat és que si bé la pràctica totalitat dels entrevistats respon afirmativament a la pregunta de si escolten l'emissora municipal de ràdio, només els membres de les associacions de Tortosa la citen com una manera preferent d'informar-se.

Pel que fa a Internet, la majoria d'entrevistats la consideren una font molt important d'informació i comunicació, ja sigui a través del Facebook, de la consulta al web de l'ajuntament o a la connexió amb d'altres webs o blocs personals. Per contra, no destaquen cap *site* d'emissora de ràdio o televisió local que consumeixin de forma habitual.

Altra qüestió de significatiu interès és la relació entre consum i coneixement del mitjà. Arran dels comentaris dels entrevistats, es pot ratificar que el baix consum d'aquest tipus d'oferta radiotelevisiva és conseqüència d'un desconeixement que accentua el desinterès.

“(En relació al consum) No, sólo son para casos puntuales para cuando queremos hacer un evento o, por ejemplo, cuando queremos dar a conocer, por decir algo, un caso concreto, [...]” (Carlos Ordóñez, AECCO, Vic).

“N’hi ha pocs que saben que hi ha una ràdio aquí, que hi ha diaris mensuals de la comarca. N’hi ha pocs que ho saben, però és que tampoc estan gaire interessats. Son gent que venen de fora i tenen moltes dificultats i la primera dificultat és sobreviure i això per ells es complementari, no és una necessitat saber els mitjans [...]”(Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

“Falta molt perquè el col·lectiu sigui consumidor al 100% dels mitjans de comunicació d'aquí.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

Segons les respostes dels entrevistats, però, sembla que aquesta tendència es podria veure alterada per dues circumstàncies. Una d'elles implicaria l'existència de conflictes en el si de la comunitat. Així, en el cas de Salt s'apunta que el consum d'emissores com TV de Girona o webs com Tot Salt

(en aquest cas, sobretot entre els joves) hauria crescut esporàdicament en els moments de més tensió.

“[...] per seguir els fets que han passat últimament, les baralles i tot això... no per assabentar-se del que passa en el dia a dia sinó per seguir una notícia en concret [...] quina notícia es busca? Quan estava passant tot això a Salt era: Posa la tele perquè sortirà la meua botiga. [...] La gent ho fa perquè en aquella notícia sortirà Salt o sortirà Girona i es veurà ell passejant.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

La segona variable reforça la hipòtesi que l'interès de l'audiència creix quan existeix algun tipus de vinculació amb el contingut i/o l'equip de producció d'un programa. Així l'existència de programes elaborats per associacions d'immigrants contribuirien a augmentar el coneixement i el consum de Ràdio Salt entre la població nouvinguda⁹⁴.

“Si, la majoria (*del col·lectiu*) saben que hi ha una emissora de ràdio municipal i que fem el programa (amb referència a *Salt de sons*).” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

“Si, la escucho a veces. (*Antes*) escuchaba siempre el programa que hacían los chicos de Ghana pero lo han dejado porque no hay gente para hablar en catalán.” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes Progressistes de Girona, Salt).

5.3. Representació dels nouvinguts als mitjans de comunicació.

En aquest apartat es recullen les valoracions dels entrevistats sobre la representació del col·lectiu d'immigrants en els mitjans de comunicació i el tractament que reben els ciutadans originaris de determinades nacionalitats. Segons els testimonis obtinguts, aquest tractament no sempre és adequat per afavorir la convivència i la integració

“[...] Creo que la inmigración se está tratando de forma equivocada [...] si dejaran que la gente participara más sería mejor, creo que hay que encauzarlo de otra manera.” (José Ramón Gómez, Casal Hispano Argentino de Catalunya, Salou).

⁹⁴ Ràdio Salt és la única emissora amb programació realitzada per ciutadans immigrants.

“Els mitjans de comunicació no estan fent bé aquesta feina d'integració [...] Aquí la realitat dels immigrants no se sap. (*Els mitjans*) informen del que volen”. (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

Algunes de les crítiques apunten al classisme existent a la societat: “Etoo no és immigrant, tampoc en Messi ni tots aquests... anem al fons de la qüestió” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt) i a que els noticiaris sistemàticament destaquen els aspectes negatius o problemàtics quan es parla del fet migratori o de les persones immigrades.

“Cuando hablan de un inmigrante (*en los informativos*) no hablan de lo positivo... más de lo negativo que de lo positivo, a robar, la droga.” (Mohamed Bouziane, AMIC, Vic).

“A veces es que los medios de comunicación [...] cuando más acentúan o más publicidad nos sacan es cuando algo de malo se comete. A veces, lo detienen a un ecuatoriano que ha estado en estado etílico e inmediatamente la prensa saca a relucir. Pero a lo mejor es del país o es de la ciudad, pues sólo saca un par de líneas y se quedó ahí. [...] El trato, me parece a mí, que no es el mismo.” (Carlos Ordoñez, AECCO, Vic).

El president d'AECCO de Vic relatava una experiència viscuda arran de la notícia sobre la mort d'una persona i la cobertura que havia fet el Diari Osona que apuntava a una banda d'equatorians.

“[...] Claro, cuando yo hablé con los señores Mozos de Escuadra (porque inmediatamente me llamaron a mí para tener una reunión...) y me indicaron que no era ninguna banda, que era una pelea corriente que lamentablemente acabó en un muerto. Yo sí que ahí quería hablarles (*al diari*), por favor, digamos las cosas como son. Si ustedes no están seguros que son una banda, no publiquen esas cosas porque nos hacen daño. [...] después nos volvieron a llamar y dijeron discúlpenos ha habido un error, y ya está. Ahí quedó.” (Carlos Ordoñez, AECCO, Vic).

D'altres testimonis posen de manifest la manera poc professional amb la que alguns mitjans aborden la informació sobre els col·lectius de nouvinguts i les seves cultures.

“[...] falta información y normalmente no se refleja la realidad cultural.”
(Ecaterina Staicu, Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, Tortosa).

“Los medios tienen desconocimiento de los diferentes colectivos y confunden ecuatorianos y venezolanos y argentinos y sobre la historia de Sudamérica.”
(José Ramón Gómez, Casal Hispano Argentino de Catalunya (Salou)).

Els entrevistats apunten a la necessitat d'abordar el fet migratori des d'una altra perspectiva. En aquest sentit, el fet de pertànyer a un municipi destacat, mediàticament parlant, per conflictes de caire social influeix en la interpretació que fan del treball periodístic aquests col·lectius. A més, reclamen ser reconeguts per la seva trajectòria i valors personals i deslliurar-se dels tòpics que l'actual enfocament consolida.

“Ens han utilitzat molt, moltíssim perquè només venen a Salt a buscar la notícia negativa, la notícia de la baralla, o del drogoaddicte o del maltractador. [...] Es busca els magrebins o als equatorians ... o al que sigui només quan hi ha problemes. Mai es busca, què és el que fan aquesta gent de bo? Què estan fent aquestes associacions? Anem a fer un documental, un seguiment [...] busquem unes persones que siguin una mica referents.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

“Hi ha gent africana que ha homologat els seus estudis i que estan treballant de metges, de professors etc. però no se'n parla i (*en canvi*) és una bona notícia que podria convidar els altres a esforçar-se més i a animar-los de que tots podem... Però això no es fa saber i per a la majoria dels espanyols, l'immigrant és el pobre que no té ni un duro i ha de fer la feina més dolenta. És la percepció que tenen aquí sobre els immigrants i això és un problema [...]”
(Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

Els africans sudsaharians són el col·lectiu més crític a l'hora de valorar la imatge que es dona del seu continent, possiblement perquè a la recerca de l'exotisme - sobretot en els documentals televisius i el cinema- s'han potenciat determinats elements espectaculars i s'han construït uns estereotips socials, humans i ecològics que no es corresponen amb la realitat que ells han viscut. D'alguna manera, no reconeixen com se'va l'Àfrica que veuen a la pantalla.

“Las emisoras enseñan lo más feo de África [...] (*A veces me preguntan*) ¿Dónde vivís, en una casa? ¿En tu país hay aeropuertos? ¿Tienes aceite en tu país?” (Lola Awoyemi Robert, Dones Nigerianes Progressistes de Girona, Salt).

“Per què (*molta gent*) pensa que a Àfrica vivim damunt els arbres? [...] Mireu molt la televisió i això és el que ensenya la televisió. Això és espectacular, això capta molt. Jo no he viscut mai això, no he vist mai el que ensenyen a la televisió [...]” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer)

Els representants d'aquest col·lectiu també posen de manifest una sistemàtica manca d'informacions sobre el que passa als països africans i es lamenten que aquests només siguin notícia en situacions extremes i/o quan hi ha països occidentals implicats.

“No hi ha notícies del Senegal. No s'informa pràcticament res ni del Senegal ni de cap país africà . [...] només quan hi ha guerra [...] Espanya quan fa les informacions sempre mira cap amunt (*a Europa*), no cap avall.” (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer)

Si es circumscriu la pregunta a l'àmbit local, i es demana als entrevistats si recorden informacions relacionades amb fets o persones del seu país d'origen en emissores d'àmbit local, les respostes canvien, tot i que poden agrupar-se en dos blocs . La dels qui diuen no haver-ne vist/ sentit/ llegit cap (o no en recorden cap) i la dels qui es remunten a la darrera vegada que l'associació o ells mateixos van intervenir. Potser per això les valoracions son positives.

“Si, recuerdo el último que nos hicieron el 6 de marzo y nos mandaron el enlace y lo tenemos colgado en Internet y estamos muy agradecidos de ellos.” (Damián Umbert, Casal Argentí, Salou 20 junio).

“Cuando yo estuve en el programa (*Salt de sons*), y la otra vez cuando el chico hacía el programa (*en referència al programa que feia un grup de ghanesos*) [...]. Desde entonces no. Ojalá que sí.” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes progressistes de Girona, Salt).

5.4. Els fluxos comunicatius entre entitats i mitjans de comunicació local.

L'objectiu d'aquest epígraf és conèixer com interactuen actors socials i mitjans de comunicació d'àmbit local. Ha semblat interessant donar resposta a preguntes com: quin és el circuit per fer difusió d'un acte? Són accessibles els mitjans de comunicació per les entitats? Es posen en contacte amb elles? En quins casos?

5.4.1.Circuit Entitats-Ajuntament.

Un primer nivell de difusió ve donat pels ajuntaments que s'assabenten de les activitats quan les entitats es posen en contacte amb ells per obtenir espais o permisos i les difonen a través del web i/o de l'agenda. A vegades els mateixos ajuntaments passen la informació a les emissores municipals de ràdio o televisió .

“Vamos al ayuntamiento y pedimos el permiso como piden todos, presentamos el proyecto y ellos lo aprueban y luego ellos mandan el comunicado y sale en la agenda.” (Damián Umbert, Casal Argentí, Salou 20 junio, Salou).

“Si es tracta d'activitats pròpies anem a l'IMPIC⁹⁵ i aquest ja s'encarrega de difondre-ho (*a l'agenda i a Ràdio Balaguer*)” . (Papa Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

El fet de que el mitjà sigui qui fa el seguiment sense que l'associació hagi de realitzar un esforç suplementari és vist de forma positiva.

“Lo que más nos gusta de Tac 12 es eso de que no tenemos ningún vinculo con ellos, salen las informaciones del ayuntamiento como salen de todos los eventos y ellos mismos se autoconvocan y lo veo perfecto porque es algo objetivo y como debe ser independiente.” (Damián Umbert, Casal Argentí, Salou 20 junio, Salou)

Aquesta fórmula pot ser de gran ajuda per aquelles associacions que porten poc temps en funcionament i encara no han establert contactes amb els mitjans de comunicació, però a vegades fins i tot es desconeixen aquests processos i les associacions s'encarreguen elles mateixes de fer la difusió.

⁹⁵ Institut Municipal Progrés i Cultura de l'Ajuntament de Balaguer.

“No hemos mantenido relación hasta ahora con medios de comunicación locales. Hemos contactado con Carmen Llopis de Diversidad Cultural del Ayuntamiento y a ella le pasamos las actividades que queremos hacer (...) Anunciamos las actividades en las paradas del autobús y por el boca a boca entre nosotros (...) (*Los medios*) nos ignoran, se piensan que somos pocos. Nos falta apoyo para que podamos explicar lo que hacemos, pero desconocemos a quién y cómo dirigirnos.” (Herbert A. Herrera Asociación Cultural Latinoamericana, Tortosa).

“No hemos hecho cosas tan grandes [...] Cuando tenemos una actividad lo hacemos con carteles (...) Sólo (*llevamos*) un año y no sabemos como funciona.” (Lola Awoyemi, Dones Nigerianes Progressiste de Girona, Salt).

“Aparte de la entrevista con Radio Tortosa, de momento no hemos tenido contactos con otros medios (...) queremos organizar equipos por temas y queremos buscar personas que lo puedan hacer de forma profesional (...) Los actos que vamos a hacer los hemos comunicado al ayuntamiento y estamos en la página web (...) (*Los medios han sido*) bastante receptivos, interesados en que una comunidad importante colaboremos con los medios.” (Simion Bojinescu, Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, Tortosa)

Els testimonis anteriors posen damunt la taula dues reflexions que no es poden passar per alt. La primera relaciona la receptivitat dels mitjans amb determinats col·lectius (és cert que els mitjans ignoren un col·lectiu “perquè es pensen que son pocs”⁹⁶ i en canvi són receptius amb un altre perquè “estan interessats en que una comunitat important col·labori amb ells?”⁹⁷).

La segona qüestió que cal ressaltar és que algunes associacions estan prenent consciència de la importància de dissenyar bon equip de difusió que faci aquesta tasca de “forma professional”, Així, aquest criteri de l’Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, és compartit per altres entitats. “Si pudiéramos organizar un buen equipo de difusión conseguiríamos salir en todos los medios” (José Ramón Gómez, Casal Hispano Argentino de

⁹⁶ Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa, Tortosa

⁹⁷ Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, Tortosa

Catalunya, Salou) i “es una tarea pendiente, pero lo tenemos en segundo plano”. (Damián Umbert, Casal Argentí, Salou 20 junio, Salou).

5.4.2. Circuit Entitats-Mitjans de comunicació.

En alguns casos les entitats consideren oportú contactar directament amb els mitjans perquè cobreixin les seves activitats, tot i que no sempre s’obtenen resultats satisfactoris.

“He estado en TV Osona⁹⁸, un medio muy importante. [...] . Quería hacer una publicidad sobre un evento, pues las puertas estaban abiertas. Han desplegado cámaras de televisión porque nosotros hacemos campeonatos de fútbol dirigidos a toda la comunidad, no sólo a la ecuatoriana, dirigidos a toda la comunidad, porque es la manera de poder uno interrelacionarse mejor. [...] De Canal Taronja, lamentablemente no he tenido la oportunidad de conocer a ninguno de los ejecutivos, para nada”. (Carlos Ordoñez, AECCO, Vic).

“Para la asamblea hemos enviado al 9nou y no han venido y no sé porqué. (...) Al 9 nou, a Osona y nada. Y no han venido a un acto importante como es la asamblea.” (Mohamedi Bouzine, Associació AMIC Amazigh, Vic).

“(Sobre TV de Girona) Sempre que hem fet alguna activitat o que hem organitzat algun acte, sempre els hem convidat, com el primer mitjà que ens interessa, però molt poques vegades han vingut, el ressò el fan molt més de les coses negatives que de les positives.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

5.4.3. Circuit Mitjans de comunicació-Associacions.

Aparentment, aquest nivell d’interactuació és menys freqüent. Si s’atén als testimonis recollits, sembla que podrien ser varies les raons que empenyen els mitjans de comunicació a contactar amb les associacions. Una d’elles és l’existència d’algun conflicte. Des de l’Associació d’ Ecuatorians de Catalunya Comarca d’Osona expliquen que durant la vigència del tema de l’empadronament van ser convidats per TVE i TV-3 per fer entrevistes sobre el tema. Altres testimonis de Vic van en la mateixa línia.

⁹⁸ Aquesta situació es anterior a la migració a la TDT.

“Cuando te llaman cadena SER, periódicos, cuando hay problema. Cuando ha pasado el problema del empadronamiento en Vic, en todos los medios, me llaman cada día [...] porque es una noticia que tienen que aprovechar.” (Mohamedi Bouzine, Associació AMIC Amazigh, Vic).

La segona raó apunta a la necessitat dels mitjans de convidar als seus programes a persones nouvingudes per ser políticament correctes. [...] Jo no aniré (*a la televisió*) sempre que em criden perquè m'agrada la tele . Jo hi he anat dues vegades i hi he anat per omplir la cadira [...] m'he sentit utilitzadíssim” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

Una tercera raó vindria donada per la necessitat dels mitjans de comunicació local de donar veu a persones representatives del teixit social de la població. “(A *ràdio Balaguer*) hem fet dos o tres programes parlant de l'associació i a vegades ens conviden a participar en debats (*bàsicament es tracta del programa Freqüència social*). (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer) De tota manera, segons la mateixa font, l'objectiu no seria tractar o debatre temes que interessin a les associacions -és a dir, a proposta d'aquestes entitats- sinó participar en els programes quan es tractin temes que els afectin. “Es difícil proposar alguna cosa... hi ha molta resistència”.

5.5. L'experiència del programa Sense fronteres/Salt de sons (Ràdio Salt).

Un cas apart és el que fa referència al programa *Sense fronteres/Salt de sons* que s'emet a Ràdio Salt. En aquest cas, no es tracta d'una associació que presenta una proposta de programa a una emissora municipal, sinó d'una associació que neix després que el programa porti un temps en antena. Segons explica Mohamed Chriyaa, impulsor i ara president de Magrebins sense fronteres⁹⁹, “[...] l'associació es va fer en aquell moment amb l'objectiu de ser una eina mediatra entre la institució i el col·lectiu tant autòcton com magrebí per mirar d'aconseguir una convivència més fluïda i també animar al nostre col·lectiu a fer un ús del català per poder tenir una integració més còmoda i fàcil.”

⁹⁹ Entrevista realitzada el 14 març 2011

El programa *Sense fronteres* va néixer a Ràdio Salt a mitjans dels anys noranta com un projecte personal de Mohamed Chriyaa que havia quedat seduït pel mitjà radiofònic després d'un primer contacte casual.

“Al principi vaig començar amb la música perquè no tenia experiència, em faltava fluïdesa a l'hora de parlar (*el català*) [...] i la música era una bona manera de començar [...]. La gent trucava, felicitava, demanava cançons, hi havia gent que es gravava el programa perquè li agradava la música. Paral·lelament l'equip s'anava consolidant [...] i tot això em va fer créixer en el món de la comunicació i cada vegada la ràdio m'agradava més.” (Mohamed Chriyaa, *Magrebins sense fronteres*, Salt).

Durant el programa i a partir de la música s'anaven desvetllant aspectes culturals de cada país. La última mitja hora consistia en una agenda cultural, que abastava totes les comarques gironines, que tenia per objectiu difondre les activitats que no trobaven difusió en altres mitjans. Amb el temps, *Sense fronteres* va anar evolucionant en la forma, en els continguts i fins i tot en el títol, que ara és *Salt de sons*.

El nou programa no ha abandonat, però, els quatre grans eixos que han acompanyat el projecte inicial en tots aquests anys: l'objectiu de difondre les cultures que conviuen a Salt, l'existència d'un equip de producció multicultural, l'ús del català com a llengua vehicular i la participació directe de les associacions, dels col·lectius i dels ciutadans de Salt.

“(Un segon objectiu) és convidar a gent que està interessada en la ràdio i convertir el nostre programa en un espai d'aprenentatge per aquells que volen un dia seguir fent un programa. [...] Fa temps que a Salt va haver-hi un pla que es deia el Pla local i varem aprofitar el programa com un espai de formació d'uns nois joves que els agradava la ràdio i van triar el nostre programa com a eina d'aprenentatge per fer radio i va estar molt bé perquè els nois que van sortir d'allà van acabat guanyant un premi de 3000 euros. El programa es deia *El món a Salt* ¹⁰⁰ i això va ser un circuit que va començar al nostre programa”. (Mohamed Chriyaa, *Magrebins sense fronteres*, Salt).

¹⁰⁰ En referència al programa realitzat per l'associació Eina i premiat pel GREC- Resolució de conflictes.

Com ha assegurat Mohamed Chriyaa, les persones que configuren l'equip de producció del programa són un reflex de la diversitat d'orígens que es pot veure caminant pels carrers de Salt. Aquest "[...] inclou persones catalanes, una noia magrebina de parla àrab, una altra noia magrebina de parla berber ... (però) al llarg dels anys hi ha hagut participació d'un noi de Colòmbia, gent de Senegal, algun romanès. L'objectiu del programa era aquest."

El català és la llengua vehicular "Estem aquí i hem de parlar català", però també es fa servir l'àrab, el berber i altres idiomes "Per exemple, si tenim un convidat de Senegal i vol comunicar-se amb el seu idioma, el *fulah*¹⁰¹ o el que sigui, doncs pot fer-ho". El compromís del programa és traduir com a mínim el 50% perquè la resta d'oïdors sàpiguin sempre de què s'està parlant. L'ús de llengües com l'amàzic o l'àrab obeeix a la voluntat dels responsables del programa d'incorporar col·lectius com les dones magrebines -que en general viuen força aïllades perquè estan molt de temps a casa i no parlen català ni castellà- i que així poden participar a través del telèfon. D'altra banda, això també els dona l'oportunitat de difondre campanyes municipals -sobre medi ambient, salut, mobilitat etc.- que podrien passar desapercebudes per aquest col·lectiu.

"(Per animar a la participació s'han creat algunes seccions) com una que es deia "D'aquí i d'allà" que recollia coses curioses, per exemple medicina des de casa (les maneres que cada cultura té de curar, la salut de la dona, consells d'on has d'anar i què has de fer..) Tot això ho fan noies. A vegades truquem per telèfon a algun metge al Marroc i traduïm les respostes al català."
(Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

Tradicionalment el programa ha estat obert a les altres associacions del municipi, s'ha fet ressò de les seves activitats i periòdicament ha convidat els seus membres al programa. Darrerament, però, l'existència de les noves tecnologies i d'eines com el Facebook i els blocs els han permès fer-se ressò

¹⁰¹ El *fulah* pertany a una família de llengües de l'oest d'Àfrica en les sud-regions del Sàhara, del Senegal a Txad. <http://dictionary.die.net/fulah> [Consulta Abril 2011].

de les inquietuds dels oïdors i tractar en cada moment els temes que els interessin.

“Hi ha hagut debats forts -vull dir baralles telefòniques -, debats a través del Facebook –un dia ja no donàvem a l’abast rebent trucades -; moltes vegades ens hem vist obligats a allargar el programa una hora més per cobrir totes les opinions.. (Això és) senyal que la gent ens escolta, només que depenent del tema que estàs tractant et truquen o no et truquen, però després quan sortim i venim aquí al bar o a l’altra cafeteria, sents que la gent està comentant coses del programa. (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

5.6. La representació de la diversitat.

“Yo creo que si una persona ha dejado muy lejos su familia y vives en un sitio 10 años, tu ya eres de ahí, tu ya pierdes todo lo que es tu raíz, tu ya tienes todo lo que es tuyo aquí, ya sientes como de aquí [...] La gente no tiene que llamarte como este negro, no. La diferencia es que no has nacido aquí. [...] La gente tiene que entender que si me preguntan qué pasa en mi país yo no lo sepa, pero sí que puedo explicar qué pasa aquí porque llevo 10 años. Tengo que considerar esta mi casa.” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes Progressistes de Girona, Salt).

“No me gusta la palabra inmigrante [...] si vivimos aquí y estamos integrados, no somos inmigrantes.” (Simion Bojinescu, Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu, Tortosa).

Aquestes dues reflexions es poden emmarcar en el concepte d’identitat intercultural que es defineix, entre d’altres, a partir de les coordenades temps de permanència en el país de destí i regularització legal (Bianchi; Bonin; Silveira, 2008). De la confluència d’ambdues, el primer testimoni n’és un bon exemple, mentre que en el cas del segon s’evidencia el conflicte de ser europeu i alhora immigrant. Tot i que aquesta recerca no tenia entre els seus objectius abordar la qüestió de les identitats, no ha de sorprendre la seva aparició quan s’aborda, des de la percepció dels ciutadans immigrants, la construcció mediàtica de la diversitat cultural. Aquests testimonis, a més, són dues maneres de recordar que la societat està feta de nous ciutadans que

tenen altres colors i altres cultures i que volen participar activament de la vida política i social de la comunitat.

En aquest epígraf el que interessa conèixer si – a criteri dels responsables de les associacions- la diversitat que s’observa al carrer està representada en els mitjans de proximitat. A més, s’intentarà trobar respostes a com es podria millor en cas que fos necessari.

5.6.1 Accés als mitjans.

Per fer-se visibles a nivell mediàtic, les associacions miren d’establir amb les emissores i diaris unes relacions que generalment es van consolidant amb el temps i que, en teoria, hauran de permetre que el mitjà es faci ressò de les seves activitats i/o que doni visibilitat al col·lectiu mitjançant la participació en els programes de l’emissora. En alguns casos, com les dues associacions de Salou, és mostren satisfetes amb els resultats i coincideixen en que “estamos muy contentos con la difusión que da TAC 12” i en que El Faro de Salou és “el que trabaja y hace un seguimiento serio” (*porque*) “estan siempre pendientes”. En el cas de Vic, la AECCO fa referència a relacions amb Ràdio Taradell ¹⁰² i també amb El 9TV que ha cobert diversos actes de l’entitat i ha convidat algunes vegades el seu president a un programa anomenat *La Terrassa*.

Una visió menys optimista és la que es desprèn dels testimonis de l’Associació AMIC Amazigh que posen de manifest que tenen dificultats per estar als mitjans de manera regular i sense que existeixin conflictes. “Las asociaciones tenemos que estar presentes en los medios de comunicación, como el audiovisual, la prensa escrita [...] pero no te dan muchas oportunidades” (Mohamadi Bouziane, Associació AMIC Amazigh).

Pel que fa a Tortosa - com hem comentat- es tracta de dues associacions recents que encara no han consolidat contactes però que volen treballar per aconseguir-los ja que “no creemos que haya ningún medio que refleje la diversidad cultural y nuestras características [...] tendríamos que poder

¹⁰² Ràdio Taradell és una emissora pública de la comarca d’Osona

participar más en la actividad de la población [...] Poder participar con nuestras músicas y actividades en una radio y televisión local sería muy importante” (Lilia Yauri, Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa, Tortosa).

En el cas de Salt les valoracions són positives, potser perquè a més de la complicitat de Ràdio Salt per difondre les activitats de les associacions, la programació de l'emissora està oberta a les entitats de nouvinguts que poden elaborar els seus propis programes. “Creo que si se representa (*la diversitat cultural de Salt*). Yo el otro día he ido al programa de unos marroquins (*Salt de sons*). Yo creo que desde allí puedo explicar, tengo derecho a explicar, pero yo necesito (*traducción*) del catalán para que la otra gente pueda saber de lo que estoy hablando” (Paylin Awoyemi Robert, Dones Nigerianes Progressistes de Girona, Salt).

De tota manera, ha semblat interessant recollir una reflexió feta des de l'Associació Africana de Balaguer que apunta a que no és pot mesurar la representació només en termes quantitatius sinó que també cal fer-ho a nivell qualitatiu. Així, pot donar-se el cas que tot i les diferents aparicions mediàtiques no aflori la realitat dels col·lectius.

”Per exemple el tema de l’habitatge pels immigrants, l’explotació dels immigrants a la feina, tots aquests temes són molt importants però no es poden debatre.[...] Sabem que hi ha temes que molesten”. Malgrat aquestes inquietuds, expliquen que no s’han plantejat mai presentar una proposta de programa a Ràdio Balaguer “perquè per nosaltres seria difícil. Primer perquè som treballadors... Això (*la tasca a l’associació*) ho fem al temps lliure i no podem dedicar tot el temps, tenim família també ... [...] S’ha de ser realista.... [...] En el futur no ho descartem, perquè és una manera de fer-se conèixer i també per tenir obertura amb la gent que encara son reticents amb els nouvinguts” (Papa Madiouf, l’Associació Africana, Balaguer)

L’opció de fer un programa propi sí que es planteja des d’altres associacions. Quan es pregunta com es podria materialitzar aquesta participació, però, s’obtenen propostes que preveuen durades, periodicitats i continguts diferents. A continuació es presenten algunes propostes que, tot i tractar-se de projectes

molt embrionaris, sembla que apunten a dos models de participació: uns que més aviat estarien en la línia de programes ètnics amb una clara funció identitària i altres que sembla que podrien ser definits com multiculturals.

En l'Associació AMIC Amazigh troben a faltar “un espacio de una hora a la semana para crear programas nuestros en la televisión o de radio, árabe-catalán o árabe-amazigh” . A l'Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa, per la seva banda, es mostren partidaris d' “algún programa quincenal o semanal -o una vez al mes- que tuviéramos cabida y se hablara de nosotros. Hemos de poder participar, sería bueno que nos hicieran una entrevista.”

Des de l'Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu de Tortosa diuen que han parlat amb responsables del programa *La rosa del desert* d' Antena Caro¹⁰³ per mirar de tornar a impulsar el programa i participar-hi més endavant “Ahora no lo hacen (*el programa*) porque dicen que no tienen temas para seguir con el programa, pero se puede hablar de muchas cosas fuera de las danzas o la gastronomía, hay muchos temas.”

Les Dones Nigerianes Progressistes de Girona expliquen que estan en contacte amb un grup de ghanesos per fer un programa conjuntament ¹⁰⁴. Expliquen que el programa combinaria anglès i català i que el contingut seria bàsicament música perquè per altres continguts com la informació “necesitamos gente cien por cien que parli català.”

Una altra proposta de programes que es veu interessant des de les dues associacions entrevistades a Salt és l'existència d'informatius (de periodicitat setmanal, per exemple) en el que les notícies es vagin repetint en diverses llengües. “Un programa también en inglés, también para dar las informaciones porque hay gente que no entiende nada de catalán pero cuando tu le has

¹⁰³ Antena Caro, és l'emissora municipal de Roquetes (Baix Ebre) i va emetre 25 edicions del programa *La Rosa del Desert*, dedicat íntegrament a l'eix temàtic immigració . Es pot consultar a <<http://www.antenacarocat.com/accessible/>>

¹⁰⁴ El programa s'havia deixat de fer perquè el noi que el conduïa havia marxat de Salt i no tenien ningú més que parlés català amb fluïdesa

explicado en inglés ... Ay, es esto es lo que ellos están diciendo? Por lo menos una vez a semana.” (Dones Nigerianes Progressistes de Girona, Salt)

La necessitat de produir programes bilingües és valorada en el cas de l'entitat marroquina de Vic – on es manifesta la intenció de treballar en amazic/àrab i català- i també en el projecte de les Dones Nigerianes Progressistes de Girona – que preveu l'anglès i el català- Ni les associacions llatinoamericanes ni l'associació romanesa, però, han fet cap referència a la llengua d'emissió.

Les dues associacions marroquines entrevistades donen molta importància a l'ús de les dues llengües ja que una part important del col·lectiu no parla ni entén el català.

“La mayoría, no es que no quieran participar, no tienen capacidad, la mayoría no saben hablar bien el idioma, no saben cómo, no tienen un nivel. [...] Para que las personas (*puedan*) conectar bien, lo básico es que tienes que estudiar en catalán. Es fundamental para la comunicación con la sociedad”. (Mohamadi Bouziane, Associació AMIC Amazigh, Vic) .

“La tipologia de la immigració ha estat molt pobre a nivell cultural i hi ha molta analfabetització [...] la majoria són gent ... no estem educats en el treball voluntari, en el treball associatiu i en el seu benefici a l'hora de fomentar la convivència en valors i amb contingut. [...] (A més) hi ha un obstacle que fa que la comunicació sigui menys fluïda, però [...] per desconeixement, perquè aquella gent està tan tancada en el seu món religiós... s'aïlla i no ens dona més i jo crec que la debilitat està aquí”. (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

Un dels problemes que poden dificultar l'accés als mitjans és la manca de coneixements en comunicació i les dificultats per formar-se en aquest camp. Des de l'experiència del programa *Salt de sons*, Mohamed Chriyaa considera que “Els mitjans han de crear espais on gent interessada pugui formar-se en el món de la comunicació. [...] Hi ha hagut gent que s'ha interessat i s'han trobat que els cursos o els màsters que es fan són inaccessibles, tenen preus prohibitius.”

5.6.2. Crear referents.

Una segona manera de reflectir la diversitat cultural podria ser mitjançant l'existència de referents. "Aquests col·lectius el que necessiten són referents. No necessiten que els tractis bé, necessiten un referent. Per exemple, si saben que a la sèrie tal surt un noi del Marroc, miraran aquella sèrie. (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt). Els testimonis d'altres entrevistats redunden en la manca de referents i fan notar l'absència de persones novingudes a tota la programació de ràdio i televisió, des dels programes de debat fins als concursos. Segons el seu parer, els mitjans haurien d'adaptar la seva programació a la realitat social.

"Sempre m'ha estranyat molt que hi hagi pocs immigrants a la TV (*respecte a d'altres països*). Si no són programes de buscar parella, per exemple no n'hi ha... No hi ha immigrants als concursos ni a les sèries." (Papa Madiouf, Associació Africana, Balaguer).

"Faltan programas de ficción donde se integren las problemáticas del inmigrante." (Damián Umbert, Casal Argentí, Salou 20 junio, Salou).

"En televisión cuando abren debates sobre elecciones, sabemos que pronto, ¿por qué no invitan a las entidades? [...] Nosotros como entidad formamos parte de esta sociedad y formamos una parte muy importante de la sociedad [...] Esa representación tiene que ser en la radio, en la televisión." (Mohamadi Bouziane, Associació AMIC Amazigh, Vic).

Les respostes dels entrevistats apunten que, igual que s'ha fet a bancs i caixes que han introduït personal estranger a les seves oficines, els mitjans de comunicació "[...] haurien d'arribar a fer això per començar a introduir a aquest col·lectiu i fer-li entendre que això (*els mitjans*) també es seu.[...] A TV Girona durant una època van fer un programa, no sé si era setmanal, una taula de debat on hi havia diverses persones: un amic que es diu Obam i un altre que es diu Mohamed [...] que són gent que porta molt temps aquí. [...] Jo mirava el programa perquè hi havia Obam i perquè hi havia Mohamed que em donaven per participar [...] Segurament aquest sentiment que jo he tingut també el tindrà

l'altre i l'altre a mesura que vagin veient que als mitjans hi ha figures [...]. Jo crec que és la millor manera. [...] i els mitjans locals poden aportar aquella cosa positiva, el que estan fent les associacions, el que fan els col·lectius a nivell individual.” (Mohamed Chriyaa, Magrebins sense fronteres, Salt).

6. Conclusions.

- Malgrat compartir el mateix territori, **els ciutadans nouvinguts i els mitjans de comunicació audiovisual tendeixen a mostrar un desinterès mutu**. Els primers no segueixen les programacions de la ràdio i la televisió local i els segons sovint ignoren les propostes dels col·lectius, ja sigui per donar a conèixer les seves activitats o per incorporar nous programes a les graells. No s'han detectat en els mitjans comportaments diferents que es puguin relacionar amb uns determinats índexs de població estrangera.
- **La presència de programes adreçats a aquests col·lectius en els mitjans analitzats és molt baixa**. De fet, l'ideari que inspira a cada emissora el disseny de la graella, no contempla l'aplicació d'un principi de discriminació positiva, com tampoc inclou l'obligació de que la visualització d'aquests ciutadans estigui en relació a la composició i estructura de la població del municipi. Els continguts específics de temàtica immigració i multiculturalitat que emet la televisió local els hi subministra alguna plataforma de distribució de continguts o són fruit de la iniciativa d'algun periodista o realitzador especialitzat. **La majoria de mitjans no contempen en els seus idearis la nova realitat social dels nouvinguts i la diversitat cultural**, amb l'excepció d'emissores com Ràdio Salt que conta amb programes realitzats per associacions i entitats de ciutadans immigrants.
- **La desafecció dels col·lectius d'immigrants cap als mitjans de comunicació local està generalment provocada per l'absència de referents** en els continguts radiofònics i televisius que puguin

desencadenar processos d'identificació. La única opció, doncs, és la transformació en realitzadors de la seva pròpia iniciativa, una circumstància que només la ràdio local pública pot proporcionar, ja que els criteris que imperen en la ràdio privada tenen força similitud als de la televisió local, en tant que aspiren a cobrir espais bàsicament comarcals. Pel que fa a la televisió, majoritàriament de titularitat privada i amb àmbits de difusió que van més enllà dels límits d'un municipi, la presència a plató dels representats de les associacions i entitats com experts i tertulians és encara baixa.

- **Els mitjans de comunicació, també els locals, tendeixen a consultar altres fonts d'informació abans que els immigrants i les seves associacions**, una rutina productiva que s'utilitza encara que els fets els afectin directament com a ciutadans del municipi. Els presidents d'associacions de Salt i Vic, poblacions mediàticament destacades, constaten que davant d'un conflicte la reacció dels mitjans és buscar-los perquè actuïn de testimonis i que, un cop acabat aquest, la seva presència a la ràdio i a la televisió minva fins desaparèixer
- Des de la perspectiva dels mitjans, **s'observa una tendència a confondre l'absència de conflictes amb la cohesió social**, quan justament la baixa representació mediàtica d'aquests col·lectius en situacions de vida quotidiana dificulta el seu reconeixement social entre els autòctons i, per tant, perjudica la seva vinculació a l'entorn.
- En les informacions no conflictives els mitjans de comunicació local tendeixen a representar els immigrants bàsicament en l'àmbit festiu o exòtic, però **les associacions de nouvinguts reclamen una visualització transversal en tots els àmbits com a signe de normalitat ciutadana**.
- Una de les raons del baix consum dels mitjans locals entre els immigrants és **el desconeixement del català**. Des dels mitjans, aquesta circumstància és **un obstacle per a la participació d'aquests**

col·lectius donat que la llengua vehicular és el català. Des de les associacions i entitats d'immigrants, **es proposa la producció de programes parlats en dues llengües, el català i la seva pròpia.** Consideren aquest bilingüisme una fórmula integradora que no exclou l'audiència autòctona.

- Els **mitjans de comunicació local no compten** encara amb **professionals immigrants** en les seves plantilles. Les **associacions i entitats de nouvinguts consideren urgent la seva incorporació** per reflectir millor, per una banda, **la nova diversitat social i cultural** i, per altra, **per enfortir el seu reconeixement social entre els autòctons.**
- Els ajuntaments i les associacions d'ajuda i suport als immigrants encara son una peça clau en la relació entre mitjans de comunicació local i immigrants, **perquè sovint els nouvinguts desconeixen els circuits per difondre les seves activitats i els mitjans actuen de forma poc proactiva, esperant que la iniciativa la tinguin els col·lectius.**
- Tot i que **el col·lectiu de nouvinguts ha manifestat dedicar una part important del seu temps a informar-se a través d'Internet**, només en una de les poblacions analitzades s'ha trobat un web especialitzat en l'actualitat del municipi.

7. Recomanacions per a afavorir la cohesió social amb la integració dels ciutadans nouvinguts.

- Les ràdios i televisions locals han d'obrir noves vies de participació i integració dels immigrants i les seves associacions en els informatius i programes, per visualitzar la seva representació com a part integrant de la ciutadania i de la població on resideixen. Els mitjans de comunicació local haurien d'incorporar als seus principis la realitat de la immigració, si cal amb una discriminació positiva, i tenir en compte la diversitat de cultures dels municipis als que donen cobertura.
- Les ràdios i televisions locals amb cobertures frontereres i solapades, haurien de col·laborar en la creació de programes conjunts que donin una visió més àmplia de la nova ciutadania en el conjunt del territori. Això els permetria fer una aposta per programes específics d'aquesta temàtica a un cost més baix.
- A més, els mitjans de comunicació local han d'explorar la creació de programes multiculturals dissenyats i protagonitzats conjuntament per nadius i nouvinguts. L'enriquiment mutu que aquests programes poden representar i el seu trasllat al conjunt de la ciutadania normalitzaria la nova realitat social i cultural dels municipis.
- Els mitjans de comunicació local poden combatre la desafecció cap a ells dels immigrants, amb programes que aportin referents dels nouvinguts perquè aquests puguin identificar-se i percebre aquests mitjans com a part de la realitat que els envolta. La representativitat dels

ciutadans nouvinguts es pot gestionar amb estratègies programàtiques que, per una banda, facilitin la seva integració com a productors de continguts i, per altra, els incorporin en les agendes dels mitjans perquè tinguin un paper més actiu tan si són protagonistes de fets noticiosos o no. La seva presència visual i sonora ha de ser un element més de la quotidianitat de la ràdio i televisió com a estratègia per aconseguir reconeixement de ciutadà. No es pot obviar que els mitjans de comunicació local també poden jugar un paper clau en la divulgació i aprenentatge del català.

- Els immigrants i les seves associacions han d'establir una política de comunicació més professional adreçada als mitjans, perquè aquests els tinguin en compte com a font d'informació i com a protagonistes dels fets d'actualitat.
- Els mitjans de comunicació local tenen la responsabilitat d'aprofundir en la cohesió social per a millorar la convivència. En una societat multicultural, la representació mediàtica dels ciutadans amb independència dels seus orígens és la clau. En aquest sentit, s'ha de tendir a l'elaboració d'estratègies programàtiques que considerin als nouvinguts part de l'audiència. A partir d'aquest principi, se'ls incorporarà de forma natural als discursos radiofònics i televisius. Incloure el context global del fet migratori ajuda a entendre aquesta realitat sense distorsionar-la i serveix per combatre els estigmes i estereotips que encara existeixen respecte als nouvinguts.
- Ràdios i televisions locals haurien d'anar integrant nouvinguts a nivell laboral. La seva incorporació en les plantilles en un percentatge per petit que sigui enfortiria el seu reconeixement social entre els autòctons.
- Les webs dels mitjans de comunicació local han d'obrir finestres als col·lectius d'immigrants, no sols a nivell interactiu, sinó facilitant també espais de producció de continguts per part de les associacions. Tot i

l'important consum d'Internet que fan els nouvinguts, el seu ús a nivell local és una eina que està molt poc explorada.

8. Bibliografia.

BAÑÓN, A. *Discurso e inmigración*, Universidad de Murcia, Murcia, 2002.

ISBN: 978-84-8371-289-4

BAÑÓN, A. i FORNIELES, J. (eds.) *Manual sobre comunicación e inmigración*. Tercera Prensa, San Sebastián, 2008.

BARAÑANO, A. et altri (coords.) *Diccionario de relaciones interculturales*, Universidad Complutense, Madrid, 2007.

ISBN: 978-84-749-814-4

BARBADILLO, P. *Extranjería, racismo y xenofobia en la España contemporánea*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2006.

ISBN: 978-84-7476-245-7

BARKER, C. *Televisión, globalización e identidades culturales*, Paidós, Barcelona, 2003.

ISBN: 978-84-493-1396-7

BENHABIB, S., *Los derechos de los otros. Extranjeros, residentes y ciudadanos*, Gedisa, Barcelona, 2006.

ISBN: 978-84-9784-099-6

BESALÚ, R.; GUERRERO-SOLÉ, F., "Sindicació IP: sindicació i nou model de distribució de continguts a les xarxes de TV locals". A: *Quaderns del CAC*, 35, vol. XIII (2)- desembre, (2010), p. 45-51.

ISSN: 1138-9761

BIANCHI, G.; BONIN, G.; SILVEIRA, F., “La construcción de la identidad y los movimientos transnacionales”, en COGO, D.; GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. (Coords.), *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*, Ed. Catarata, Madrid, 2008, p. 43-64.

ISBN: 978-84-8319-371-6

CHAPARRO, M., *Radio pública local*, Fragua Editorial, Sevilla, 1998.

ISBN: 84-7074-105-5

COGO, D.; GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. (Coords.), *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*, Ed. Catarata, Madrid, 2008,

ISBN: 978-84-8319-371-6

CONTRERAS, F.R. GONZÁLEZ GALIANA R. y SIERRA CABALLERO F. (coords.), *Comunicación, cultura y migración*, Editorial Consejería de Gobernación, Junta de Andalucía, Sevilla, 2003.

DELGADO, M. *Sociedades movedizas*. Anagrama, Barcelona, 2007.

ISBN: 978-84-339-6251-5

DE JOSÉ, N., “Les emissores municipals, pioneres en integració”, *Xarxa COM*, n. 14, 2011, p. 23-24.

FARRÉ, F.X.; ESCARTÍN, J.; CASADO, A., *Emissores municipals de Catalunya. Un fenomen de la comunicació local*, Ajuntament de L'Hospitalet de Llobregat. Col·lecció Dades, 1986.

FRANQUET, R. y RIBES, X. “A ritmo latino. Los radiodifusores estadounidenses buscar empalmar empatizar con la audiencia hispana”, en

Telos, nº 70 enero-marzo, 2007, [En línia] <www.campusred.net/telos> [Consulta Novembre 2007].

FRANQUET, R.; SOTO, M.; RIBES, X.; FERNÁNDEZ QUIJADA, D., *La batalla decisiva dels mitjans de comunicació on line en català*, Col·legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona, 2007.
ISBN: 84-933434-5-5

GÓMEZ, L.; CAPDEVILA, A.; PINTOR, I. “Estratègies de programació i lloc possibles per a la construcció de la imatge pública de la immigració”. A: *Quaderns del CAC*, nº 23-24, setembre-abril, 2006, p. 127-139.
ISSN: 1138-9761

GONZÁLEZ ALDEA, P. “Espacios de participación radiofónica e inmigración. El caso rumano”. A: *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. páginas 45 a 60. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 2010 [En línia] <http://www.revistalatinacs.org/10/art/882_UC3M/04_PG_Aldea.html>
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-882-045-060.

GRUP DE RECERCA TECCIP, *Usos i actituds dels immigrants davant els mitjans de comunicació*, Octubre 2008. [En línia] <<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llistat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9yZWNIcmNhL2VzdHVkaXMvbGxpc3RhZENvb3RlbnQ%3D#>> [Consulta Desembre 2008]

GUARDIOLA, I., “Invitacions a la reconciliació: la immigració a través de programes divulgatius de proximitat”. A: *Quaderns del CAC*, nº 23-24, setembre-abril, 2006, p. 141-149.

GUIMERA, J. À., “Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya”. A: *Quaderns del CAC* 35, vol. XIII (2)- desembre 2010 p.13-21.

ISSN: 1138-9761

GUTIÉRREZ, M. “La immigració com a contingut temàtic a la ràdio”. A: MARTI, J.M.; MONCLÚS, B., *Informe 2009 sobre la ràdio a Catalunya*, Observatori de la Ràdio a Catalunya, UAB, 2010, p.155-159.

ISBN: 978-84-490-2644-7

GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. “La programació de la ràdio local a Catalunya 2003”. A: *QUADERNS DEL CAC, Informe de l'Audiovisual de Catalunya*, nº extraordinari setembre 2004, Barcelona, p. 189-200.

ISSN: 1138-9761

HUERTAS, A., “Gaudir de la música, l'ús més freqüent de la ràdio entre els estrangers”, en MARTI, J.M.; MONCLÚS, B., *Informe 2009 sobre la ràdio a Catalunya*, Observatori de la Ràdio a Catalunya, UAB, 2010, p. 160-164.

ISBN: 978-84-490-2644-7

HUERTAS, A. ; BRIGNOL, L.D., “Consumo y uso de los medios de comunicación por parte de los migrantes”. A: COGO, D.; GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. (Coords.), *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*, Ed. Catarata, Madrid, 2008, p. 83-106.

ISBN: 978-84-8319-371-6

LACALLE, C. *El discurso televisivo sobre la inmigración*. Omega, Barcelona, 2008.

ISBN: 978-84-282-1505

LARIO BASTIDA, M. (coord.) *Medios de comunicación e inmigración*. Editorial Convivir sin Racismo, Murcia, 2006.

MARTIN BARBERO, J., “La televisió: una qüestió d’espais entre proximitats i distàncies”. A: *Quaderns del CAC* 35, vol. XIII (2) desembre 2010, p. 5-11.

ISSN: 1138-9761

MAURI, L.; LAFFI, S.; SALAMON, E.; BRUSATI, E.; COLOGNA, D. “Così vicini, così lontani. Per una comunicazione multiculturale”, *VQPT*, n. 166, 1999.

MELLILAS, M., L’XTVL incrementa les coproduccions amb les televisions, *Xarxa COM*, n. 14, 2011, p. 16-19.

MENA, N., “Uso y consumo de los medios de inmigrantes”. A: GÓMEZ-ESCALONILLA, G. (Coord.), *Voces de la inmigración. Medios latinos en Madrid*, Editorial Universitas, S.A., Madrid, (2008), p. 135-154.

ISBN: 978-84-7991-225-3

MORELL BLANCH, A., “El papel de las asociaciones de inmigrantes en la sociedad de acogida: cuestiones teóricas y evidencia empírica” A: *Migraciones*, nº 17. Universidad Pontificia de Comillas, Madrid, 2005, p. 111-142.

OROZCO GÓMEZ, G. (coord.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2002.

ORTIZ GUITART, A., “Uso de los espacios públicos y construcción del sentido de pertenencia de sus habitantes en Barcelona”. A: LINDON, A.; HIERNAUX, D.; AGUILAR, M.A. (coords.) *Lugares e imaginarios en la metrópolis*, Anthropos Editorial, Barcelona, 2006, p. 67-83.

ISBN: 978-84-7658-777-5

PAJARES, M., *La integración ciudadana. Una perspectiva para la inmigración*, Icària, Barcelona, 2005.

ISBN: 978-84-7426-777-8

PUJADES, E.; OLIVA, M., "L'avaluació de la diversitat de la programació televisiva". A: *Quaderns del CAC*, nº 20, 2007, p.87-98.

ISSN:1138-9761

QUADERNS DEL CAC, "Mitjans de comunicació i immigració". A: *Quaderns del CAC* nº 12, gener-abril. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona, 2002.

ISSN:1138-9761

QUADERNS DEL CAC, "Televisió i immigració". A: *Quaderns del CAC* nº 23-24, setembre-abril. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona, 2006.

ISSN: 1138-9761

RETIS, J., *Espacios Mediáticos de la Inmigración en Madrid: Génesis y evolución*, Observatorio de las Migraciones y Convivencia Intercultural de la ciudad de Madrid. Colección Monografías nº4, Madrid, 2006.

RODRIGO, M., "El periodismo ante el reto de la inmigración", en LARIO BASTIDA, M. (coord), *Medios de comunicación e inmigración*, Gallefrag, SL., Murcia, 2006, p. 37-57.

RODRIGO, M. *Identitats i comunicació intercultural*, Edicions 3 i 4, València, 2000.

ISBN: 978-84-7502-600-8

RODRIGO, M. *La comunicación Intercultural*. Anthropos, Barcelona, 1999.

ISBN: 84-7658-572-1

SABÉS, F., *La radio y la televisión local en Aragón*, Editorial Milenio, Lleida, 2002.

ISBN: 84-9743-033-6

SENDÍN GUTIÉRREZ, J.C.; IZQUIERDO IRANZO, P. *Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento mediático de la inmigración*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Subdirección General Administrativa y de Publicaciones, Madrid, 2008.

ISBN: 978-84-8417-282-6

SINTES, E. “Pràctiques culturals i de lleure de la població immigrada”. A: VVAA, *Les condicions de vida de la població immigrada a Catalunya*. Barcelona, Fundació Bofill/Institut d’Estudis Regional i Metropolitans de Barcelona 2008, p.137-162.

ISBN: 978-84-8334-899-4

SIPI, R. “Las asociaciones de mujeres: ¿agentes de integración social?”. A: *Papers. Revista de sociologia*, nº 60. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona 2000.

Document PDF en línia:<http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n60p355.pdf>
[consulta: Setembre 2008]

SORIANO, J., “Anàlisi comparada d’audiències i consums culturals dels estrangers a Catalunya”. A: *Quaderns del CAC*, nº 34, vol.XIII (1), 2010, p. 79-92.

ISSN: 1138-9761

VAN DIJK, T.A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós, Barcelona, 1997.

ISBN: 978-84-493-0367-8

WINOCUR, R. *Ciudadanos mediáticos*. Gedisa Editorial, Barcelona, 2002.

ISBN: 84-7432-930-2

9. Webs de referència

<http://www.el9nou.cat/>
<http://www20.gencat.cat>
<http://www.ccosona.net>
<http://impeempresa.vic.cat/anuari/>
<http://www.vic.cat>
<http://www.vicentitats.cat/>
<http://www.asonacomarca.com>
<http://www.canalcatala.com/>
<http://www.taronjadigital-sona.cat/>
<http://www.taronjadigital.cat/>
<http://www.xiptv.cat/>
<http://www.elter.net>
<http://www.viladesalt.cat/>
<http://www.totsalt.cat>
<http://www.tvgirona.tv/inici.php>
<http://www.revistadebanyoles.com/tele/>
<http://www.radiobalaguer.cat/portal/>
http://www.segre.com/lltv_inici.html
<http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/>
<http://www.tac12.cat>
<http://www.ona-latorre.cat/>
<http://www.canalcatalatarragona.tv>
<http://www.teletaxitv.com/>
<http://www.fmtarragona.info/>
<http://www.salouentitats.cat/>
<http://www.radiotortosa.cat>
<http://www.imaginaradio.cat/>

<http://www.ebredigital.cat>
<http://www.imaginaradio.com>
<http://lebrete.vixtv.cat/>
<http://www.cpnl.cat/onescat/>
http://www.segre.com/lltv_graella.html
<http://www.xtvl.tv>
<http://www.antenacaro.cat/accessible/>
<http://www.comunicalia.cat/>
<http://www.radiolocal.cat/>